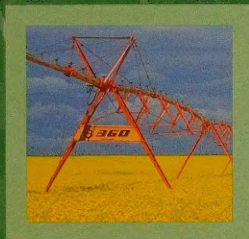


CA1
EA
- A57

Government
Publications



TEAM CANADA INC • ANNUAL REPORT 2004



Team Canada Inc • Équipe Canada inc

Canada

TEAM CANADA INC

Your Source for Export Services

OUR VISION

To help Canadian businesses succeed in global markets by offering comprehensive, high quality, fully integrated export information and services.

OUR ROLE

Team Canada Inc (TCI) is a network of federal government departments and agencies working with the provinces, territories and other partners to help Canadian businesses take on the world and win.

OUR CONTRIBUTION TO CANADIAN BUSINESS

TCI offers a single point of access to export information, counselling, market intelligence, financial assistance and on-the-ground support available from federal, provincial and territorial governments, and the private sector. The result is an unprecedented effort by government and its partners to deliver the right kinds of services, quickly and efficiently, to those who can benefit most.

1 888 811-1119

exportsource.ca



OUR MEMBERS

TCI's membership includes federal departments and agencies working to help Canadian businesses succeed in world markets:

Agriculture and Agri-Food Canada; Atlantic Canada Opportunities Agency; Business Development Bank of Canada; Canada Customs and Revenue Agency; Canada Economic Development Agency for Quebec Regions; Canada Mortgage and Housing Corporation; Canadian Commercial Corporation; Canadian International Development Agency; Department of Canadian Heritage; Environment Canada; Export Development Canada; Fisheries and Oceans Canada; Indian and Northern Affairs Canada; Industry Canada; International Trade Canada; National Research Council Canada; Natural Resources Canada; Statistics Canada; Western Economic Diversification.

OUR NETWORK

Across Canada, TCI members and partners deliver trade services to Canadian businesses through an extensive and ever expanding network that includes:

THE CANADIAN TRADE COMMISSIONER SERVICE (TCS)

As part of International Trade Canada, the Trade Commissioner Service is a network of more than 800 trade commissioners working in Canadian embassies, high commissions and consulates located in over 140 cities around the world and an additional 100 trade commissioners working in 12 regional offices across Canada. The Trade Commissioner Service works with Canadian companies that can demonstrate their commitment to succeed in the global marketplace. TCS offices in Canada provide export support services, market intelligence, advice on funding opportunities and business contacts to smooth a company's path to exporting. TCS offices abroad provide in-market assistance to Canadian companies in the development of their international business, including assessing export potential, identifying key foreign contacts, and providing relevant advice and market intelligence.

12 REGIONAL TRADE NETWORKS (RTNS)

The RTNs include federal, provincial, territorial and regional governments, and industry associations working together to help smaller Canadian businesses capitalize on available export services.

13 CANADA BUSINESS SERVICE CENTRES (CBSC)

Located in every province and territory, and working with over 300 regional access partners across Canada, CBSCs operate TCI's toll-free Export Information Service and deliver a wide range of information on business services, programs and regulations. CBSC staff can answer questions about starting a new business or improving an existing one. Services are available by telephone, fax, mail, e-mail, and via the Internet. Many of the CBSC locations also provide a walk-in service.

13 TRADE TEAM CANADA SECTORS (TTCS)

The Trade Team Canada Sector teams bring government and industry together to coordinate national trade development planning and activities in 13 key industries: aerospace and defence; agriculture, food and beverages; automotive; bio-industries; building products; cultural goods and services; electric power equipment and services; environmental industries; health industries; information and communications technologies; oil and gas equipment and services; plastics; and service industries. The TTCSs open doors, showcase Canadian capabilities and provide contacts through trade missions, trade fairs, and matchmaking events, as well as provide information on target markets, and intelligence about business opportunities.

PROVINCIAL, TERRITORIAL AND MUNICIPAL GOVERNMENTS

At each of these levels of government, businesses can access valuable export programs and services through local departments, agencies and economic development offices.

ASSOCIATIONS, EDUCATIONAL INSTITUTIONS AND PRIVATE INDUSTRY

Associations, educational institutions and private industry also play key roles in Canada's export development efforts. Rural community organizations, economic development corporations, trade and business associations provide export advice to companies in specific locations or sectors. Educational organizations such as the Forum for International Trade Training (FITT) frequently offer international trade training, including Going Global workshops. Many private companies also offer export services such as banking, freight forwarding, market research and legal assistance.

OUR SERVICES

TCI members and partners deliver a wide range of services tailored to help Canadian businesses prepare for exporting and maximize their export success.

THE EXPORT SERVICES CONTINUUM

General Information	Skills Development	Export Counselling	Market Entry Support	Export Financing	In-market Assistance
Export Information Service 1 888 811-1119 On-line Export Information Exportsource.ca	Export Preparation Guides Export Skills Training Preparation for U.S. Preparation for Other Markets	Export-Readiness Assessment Export Plan Development Export Plan Implementation	Market/Sector Information and Intelligence Missions, Fairs and Trade Related Events Market/Sector-Specific Advice and Guidance Market Development Funding	Needs Assessment and Counselling Provision of Working Capital Foreign Risk Mitigation Medium/Long Term Foreign Buyer Financing	Market Prospect Key Contacts Search Visit Information Face-to-Face Briefing Local Company Information Trouble-shooting

TABLE OF CONTENTS

Message from the TCI Management Board	2
Selected Achievements in 2003-04	4
Plans and Priorities for 2004-05	6
Annex: Detailed Achievements and Plans for the Future.....	8



The Annual Report of Team Canada Inc for the year ending March 31, 2004 is published in accordance with TCI's Governance Framework. Unless otherwise stated, all reporting is for Fiscal Year 2003-04.



MESSAGE FROM THE TCI MANAGEMENT BOARD



The Management Board is pleased to present this 2003-04 Team Canada Inc (TCI) Annual Report to the Deputy Ministerial Committee on International Business Development.

From helping smaller companies take their businesses global, to providing export-ready firms with timely market information, business leads, promotional and financial assistance, TCI continues to support the global trade ambitions of Canadian businesses in every region and across all sectors of the Canadian economy with a "one-stop shopping" facility for government international business development services. TCI's core tools, the online **ExportSource.ca** service and toll-free **Export Information Service**, delivered round-the-clock information and service to over 340,000 visitors and callers. TCI members provided an integrated range of quality trade development and promotion programs and services to increase Canadian businesses' export capability and preparedness

and international market development. Capitalizing on its breadth of experience and expertise, TCI Management Board also acted as an important sounding board for the **Enhanced Representation Initiative** (ERI), formed to manage Canada's advocacy and business development interests throughout the United States.

TCI's membership currently stands at 16 federal departments and agencies. In 2004-05, TCI will focus on consolidating its services and support to partnerships to address a funding decrease due to a decline in membership. Some former members noted their withdrawal from TCI was due to competing resource requirements and a shift in their mandate/programming. TCI members will conclude a number of key trade promotion/development program reviews, including that of the Program for Export Market Development (PEMD) and Brand Canada, as well as development of tools which will further tailor their information and services to individual



business clients, such as an integrated electronic Client Relationship Management system (eCRM).

Since its creation in 1997, TCI has shown the solid benefits of strong partnership among trade-related government departments, agencies and other organizations across Canada. The government's commitment to building a 21st century economy includes a new emphasis on integrated federal trade and investment promotion. Creation of a strengthened department of International Trade (ITCan) to provide centralized leadership for this integration has opened a new channel for TCI to investigate new trade promotion and investment synergies among its members where appropriate. To reflect this, plans are underway to co-locate the TCI Directorate with ITCan in the months ahead.

As the TCI Management Board continues to review how TCI can best support the global competitiveness of Canadian business within available resources in the years ahead, our commitment to "Team Canada" remains strong.

**Philip Stone, Chair
TCI Management Board**

SELECTED ACHIEVEMENTS IN 2003-04

TCI members and partners:

- ▶ Recorded over 326,000 visits to **ExportSource.ca**, a 12% increase over last year and up by more than 80% since 2000-01. This year, the website's content was re-organized, expanded and upgraded to improve users' search capabilities. TCI's toll-free **1-888 Export Information Service** answered 13,403 calls.
- ▶ Added 25 Canadian Chambers of Commerce to TCI's existing network of 117 service delivery partners, 350 Canadian Business Service Centre partners, 140 embassies and missions abroad, 12 International Trade Centres (ITC), 12 Regional Trade Networks (RTNs), 13 Trade Team Canada Sectors and about 40 Going Global workshop providers.
- ▶ Delivered over 600 export and investment events reaching over 13,950 clients.
- ▶ Published 296 new Market Reports, Market Briefs and Country Sector Profiles for clients registered to receive them through **InfoExport**, the **Virtual Trade Commissioner** (VTC) and at trade shows and other events. Some 288,872 document downloads were recorded, an over 23% increase from the previous year.
- ▶ Handled 56,371 client transactions at foreign posts, including 20,693 market prospects and local company reports, 11,108 key contact searches, 10,245 face-to-face briefings and 2,161 troubleshooting cases. A total of 8,351 Canadian companies received market intelligence reports, while another 3,813 were offered support for their market visits.
- ▶ Through **SourceCan**, disseminated over 400,000 business opportunities notices to over 51,000 Canadian businesses, yielding over \$400 million in new sales contracts, a massive jump from last year's figure of \$80 million.
- ▶ Supported over 246 trade missions of foreign buyers to Canada and over 2,500 Canadian companies to key foreign markets. Hundreds of millions of dollars worth of new contracts and business leads were identified as a result.

- ▶ Supported more than 1,800 Canadian companies' participation in 100 trade fairs and other related events across Canada and around the world.
- ▶ Under the four-year, \$12-million **Brand Canada** initiative, hundreds of Canadian companies participated in 39 major international shows. A survey of foreign visitors conducted at nine of these shows demonstrated positive change in perceptions towards Canada's industrial capabilities.
- ▶ Under **Trade Routes**, approximately \$2 million was allocated to support 67 arts and cultural organizations in their exporting activities and more than 800 arts and cultural exporters were counselled by the program's seven Cultural Trade Commissioners who are co-located at International Trade Centres across Canada.
- ▶ Provided more than \$51 billion in trade financing and risk management services to over 7,000 Canadian businesses selling and investing abroad in 2003.
- ▶ Under the new **Agricultural Policy Framework** launched last year, over 130 Canadian firms' participated in major international trade fairs, yielding over \$12 million in on-site sales and more than 1,000 sales leads. Under the program, over \$26 million in market development funding was provided to 98 national industry associations and 38 client firms for the development of international markets for agriculture, agri-food, food, beverage and seafood products.

For further information on TCI achievements in 2003-04, see Detailed Achievements and Plans for the Future.

PLANS AND PRIORITIES FOR 2004-05

For Canada, building a 21st century economy means promoting international awareness and appreciation of Canada's global advantage and the quality and competitiveness of our goods and services. TCI will place new emphasis on identifying means to foster increased synergies for integrated federal trade and investment promotion among the TCI member organizations, while delivering tools and services that support small businesses' ability to access existing and emerging markets. How TCI and its member organizations are delivering on the federal trade development strategy is described in the Annex.

Strategic Directions

TCI will continue to make it easier for thousands of Canadian businesses of all sizes to realize their aspirations for global competitiveness by:

- ▶ Offering seamless, practical access to fully integrated export services;
- ▶ Continuously identifying and filling gaps in export service offerings;
- ▶ Expanding the network of service delivery partners and strengthening communications and operations between existing partners; and
- ▶ Promoting an integrated trade agenda within the Government of Canada.

Delivering TCI initiatives

Positioning Canada as a source of innovative, high-quality goods and services and a preferred location for investment continue to be major Government of Canada priorities.



New investment and trade promotion synergies among TCI's membership will be pursued where appropriate, particularly with respect to maximizing the benefits of the recent integration of Investment Partnerships and the International Trade Centres across Canada to ITCan. TCI and the ITCs, will also continue to work closely with Regional Trade Network (RTN) partners across Canada. TCI will also continue to act as a sounding board for the **Enhanced Representation Initiative** to enhance the Government of Canada's capacity to defend and advocate Canadian political and economic interests and take advantage of business development opportunities and innovations in key markets across the U.S.

Client Service

Having forged strong partnership links and built a large client base, TCI will continue to expand its outreach to Canadian SMEs and potential partners.

▶ **Establishing new partnerships**

To extend TCI's reach to existing and emerging exporters, TCI is continuing its partnerships campaign, targeting key business

associations, chambers of commerce and economic development offices across Canada.

► **Expanding existing partnerships**

TCI will provide coordination support and increased funding to Regional Trade Networks (RTNs), including for RTN passports, outreach activities and the establishment of RTN secretariats.

► **Expanding TCI tools**

Government on Line (GOL) funding will allow TCI to continue to enhance its offering of online tools for Canada's exporters in 2004-05. In support of the government's Emerging Markets Strategy, a key priority will be the development of a new Canada-India internet portal to make it easier and more convenient for Canadian and Indian business people to connect to each other to identify and pursue international business opportunities. Additional web-enabled tools to be developed include an Interactive Export Financing Diagnostic, a guide to Exporting to the U.S., an updated Interactive Export Planner and an expanded Online Roadmap to Exporting. Ways of continuing this enhancement will be explored prior to the sunsetting of GOL funding in March 31, 2005.

► **Identifying innovative ways to reach out to more Canadian businesses**

TCI will continue to emphasize online service delivery tools that respond to the demands of today's small- and medium-sized enterprises (SMEs). TCI will continue to work with the Minister for International Trade's SME Advisory Board, which acts as a voice for the interests of smaller businesses.



► **Continue marketing TCI services across Canada**

TCI will focus on ensuring Canadian businesses have a greater awareness of the products and services available from TCI and its members. Promotions will continue to focus on activities that yield a solid return on investment, including media relations, online marketing activities and co-operative marketing with TCI members and partners.

► **Further enhancing TCI management and administrative practices**

TCI will continue to develop and enhance a comprehensive and consistent approach to performance measurement reporting, including the development of performance measurement frameworks for the Canada-India portal and RTN funding. TCI's extranet, *InfoPort*, will continue to be used as a foundation information sharing tool.

ANNEX: DETAILED ACHIEVEMENTS AND PLANS FOR THE FUTURE

Export Capability & Preparedness

Strategic Goal: Increase the number of active exporters in Canada

Strategic Priority	Results in 2003-04
Facilitate access to fully integrated Government of Canada trade services	<p>All TCI information products and tools are available online at ExportSource.ca, which recorded 326,709 visits, a 12% increase over last year and up by more than 80% since 2000-01. This year, the website's content was expanded and upgraded. Client feedback continues to show strong satisfaction with the service. At 13,403, calls to TCI's toll-free 1-888 Export Information Service fell for the fourth consecutive year, reflecting a growing preference for online services.</p> <p>Through continued expansion of the TCI network and active marketing of TCI products and services, TCI extended its reach to thousands more Canadian businesses across Canada. TCI's network reached 692, with the addition of 25 Canadian Chambers of Commerce to the already 117 service delivery partners, 350 Canadian Business Service Centre partners, 140 embassies and missions abroad, 12 International Trade Centres (ITC), 12 Regional Trade Networks (RTNs), 13 Trade Team Canada Sectors and about 40 Going Global workshop providers. Some \$210,000 in TCI funding was provided to the 12 RTNs: many used the funding to boost regional promotional activities or to participate in 14 international trade shows happening in their provinces that attracted some 13,000 small- and medium-sized enterprises (SMEs).</p>
Produce relevant, useful information about exporting for Canadian businesses	<p>New products added to ExportSource.ca during the year included an <i>Interactive Export Diagnostic</i>, a <i>Comprehensive Guide on Export Financing</i> and <i>TradeMap Canada</i> (created by the International Trade Centre in Geneva and now available to Canadian subscribers for free). A new online Media Room offers TCI news releases, special events information and weekly export articles. The very popular <i>Roadmap to Exporting</i> and <i>Step-by-Step Guide to Exporting</i> were updated and published in pdf and html formats; a combined total of over 45,000 hard copies of the two guides were also distributed. Over 5,600 <i>Start Here to Get Exporting</i> IDROMs and brochures, and over 1,000 TCI factsheets were distributed.</p> <p>The Canada Business Gateway's Exporting/Importing cluster was split into two sub-clusters to permit better management of client services and a new ImportSource.ca website was launched.</p> <p>The number of client contacts registered with International Trade Canada's (ITCan's) Virtual Trade Commissioner (VTC) increased from 3,500 to 11,400 last year. Some 21 issues of <i>CanadExport</i> and 10 special sectoral inserts were published. Over 1 million printed copies were distributed throughout the year (52,000 copies for each issue). Some 530 articles were also posted on the Internet and sent to 6,500 regular e-mail subscribers. The department's Market Support Division produced 197 documents for distribution to posts, at sector trade events and on the <i>Horizon's</i> website, which now offers over 300 updated Export Alerts, Export Profiles, Sectoral Brochures, Sectoral Flyers and Special Reports. The department's Market Research Centre produced 296 new Market Reports, Market Briefs and Country Sector Profiles for Canadian clients registered to receive them through <i>InfoExport</i>, the VTC and at trade shows and other events. Client demand continued to be strong, as demonstrated by a 23.4% increase in the total number of document downloads (288,872). The department's International Financing Division participated in 26 trade events across Canada, providing over 1,250 exporters with information about business opportunities available through International Financial Institutions (IFIs) worldwide. The</p>



Plans for 2004-05 to 2007-08

TCI will continue to enhance **ExportSource.ca** and actively market the service to Canadian businesses across all sectors and regions. Planned enhancements include a new graphic interface and the addition of Web Trends software to facilitate monitoring of usage and satisfaction levels. A caller survey will be undertaken for the toll-free **1-888 Export Information Service** to assess satisfaction and client expectations of the service.

TCI will continue to extend its reach through new partnerships, focusing specifically on Canadian associations that work with small- and medium-sized enterprises (SMEs). To facilitate the self-identification of potential partners, an online partnership registration form will be added to **ExportSource.ca**. A further \$330,000 in TCI funding will support RTN outreach activities and the establishment of RTN secretariats in 2004-05. A new Performance Measurement Framework will also be developed to help RTNs better assess the impact of their activities.


TCI will continue to expand its offering of online tools with a special focus on self-directed learning tools such as an *Interactive Export Financing Diagnostic*, an updated *Interactive Export Planner*, a new and expanded *Online Roadmap to Exporting* (to replace the Export Services Continuum), a new online *Guide to Exporting to the United States* and a new searchable database of *Trade Show Directories*.

New tools planned for **ImportSource.ca** include an *Importing/Exporting Service Providers Directory*, an online guide for Importers and an *Import Controls Roadmap*. TCI will continue to work with the Canada Board Services Agency to enhance the website.

To better provide for the seamless delivery of international business development services to Canadian clients, the **Virtual Trade Commissioner** will be expanded to include the services offered by other Team Canada Inc partners. The second part of the VTC project, the electronic **Client Relationship Management** (eCRM) system, will continue to be implemented, improving services by facilitating the sharing of client information across the TCI network. ITCan will continue to improve *CanadExport* by featuring a wider variety of topics, greater geographical balance of content and by focussing more on opportunities for Canadian exporters. A further increase in the number of articles is planned, along with a refinement to the subscriber list for the printed version, an expansion of the subscriber base for the electronic version and a redesign of the Web site. The Market Support Division plans to produce an additional 215 market information documents promoting Canadian capabilities to foreign clients. The Division will also organize sectoral training sessions for trade officers as part of 15 key international trade events in Canada and abroad and explore other venues/approaches to delivering such training to foreign post officers. The Market Research Centre will continue to monitor and assess client needs and satisfaction through its online transactional survey tool and annual focus group testing. The Centre will also continue to coordinate the production of up to five Country Sector Profiles per foreign post. The International Financing Division will continue to focus on expanding and improving the information on IFInet and to integrate the site with *InfoExport*. A 2004-05 target of 4,000 new subscribers to IFInet's listserve has been set. The Division will also continue to participate in targeted trade information sessions and to produce relevant information for inclusion in *CanadExport*.

Export Capability & Preparedness (continued)

Strategic Goal: Increase the number of active exporters in Canada

Strategic Priority	Results in 2003-04
<p>(continued)</p> <p>Produce relevant, useful information about exporting for Canadian businesses</p> 	<p>Division also delivered targeted training and/or the Effective Bidding Training module to 334 exporters across Canada, published 13 success stories and 8 articles in <i>CanadExport</i> and distributed 15 IFI success story posters to Canadian firms, missions abroad, provincial governments and partners. The Division also published a report called <i>Profiting from the Global Infrastructure Market</i> with fact sheets on business opportunities with 38 of the largest global infrastructure firms. A revamped version of the Division's website, IFInet, was also launched featuring a wide range of new content for exporters and investors, including 93 new one-page factsheets on sources of project financing and 40 new specific institutional and agency factsheets. IFInet now has over 3,000 subscribers to its free listserve and experienced a 38% jump in the total number of visits.</p> <p>Canadian Heritage's Trade Routes program produced the <i>International Market Development Activities: A Profile Tool of Federal Programs Available to the Arts and Cultural Sector</i> document, offering information on Government of Canada programs and services relevant to arts and cultural exporters.</p> <p><i>ExportWise</i>, Export Development Canada's magazine for customers, was distributed to 26,700 subscribers, including over 10,000 from the private sector. The Corporation's <i>EXPORT MarketInsight</i> product was distributed to 2,500 subscribers (free of charge starting in June 2003) and made available to over 4,500 online customers.</p> <p>Statistics Canada released new data from the Exporter Registry (1993-2002), providing updated information on the Canadian exporter population, which has grown by over 30% since 1993. The Registry provides useful information that allows potential exporters to analyze exporter trends within their respective industries, commodity groups, provinces and export destinations.</p> <p>The Agri-Food Trade Service website received more than one million visits, a 39% increase over the previous year.</p>
<p>Help prepare smaller Canadian businesses for the challenges of exporting</p>	<p>Each year, TCI members individually and collectively offer hundreds of seminars, workshops and other training events to Canadian businesses considering or preparing to export.</p> <p>The International Trade Centres supported 618 export and investment events reaching over 13,950 clients, including a number of round table discussions and/or site visits with Canadian businesses for the Minister of International Trade, the Deputy Minister Trade, Senior Trade Commissioner and Trade Commissioners. During the year, 87 events were surveyed and achieved an overall client satisfaction rate of 4.4 out of 5.</p> <p>More than 1,000 entrepreneurs benefited from the <i>Going Global</i> workshop training offered by TCI partners in conjunction with the Forum for International Trade Training. As well, some 1,224 guides and 26 online bundles (includes all five courses) were sold. Some 92% of <i>Going Global</i> participants found the workshops to be relevant and 95% said the workshop content met their expectations.</p> <p>Canada's regional development agencies – the Atlantic Canada Opportunities Agency (ACOA), Western Economic Diversification (WD), Canada Economic Development for Quebec Regions (CED), and FedNor – delivered individual export counseling sessions and export seminars to</p>

Plans for 2004-05 to 2007-08

Trade Routes will distribute the *International Market Development Activities Profile Tool* to trade officers working with Canadian arts and cultural entrepreneurs. Trade Routes' research plans for 2004-05 will address several sectors including film, design, music and the performing arts.

ExportWise will introduce a new feature providing a SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) for eight priority industry sectors and introduce a regular 'Where are they now?' column following up on past customer success stories.

Statistics Canada will enhance the **Exporter Registry** to provide an even clearer picture of the structure of the exporting community by adding variables tracking total revenue, country of ownership, country of control, investment, workforce composition and advanced technology adoption. Import data will also be added to provide a more global picture of how exporters react to exchange rate fluctuations and other global economic events.

TCI members and partners will continue to offer seminars, workshops and other training events to Canadian businesses considering or preparing to export.

Following a re-examination of how the International Trade Centres (ITCs) in Canada work in partnership with foreign posts, the ITCs will continue to offer Canadian businesses the assistance they need to succeed internationally under new branding as the **Trade Commissioner Service in Canada**. It is expected that the Minister of International Trade, Deputy Minister Trade, Senior Trade Commissioner and Trade Commissioners will continue outreach visits to meet with Canadian companies to promote the Trade Commissioner Service, seek the views of Canadian companies on trade issues and assist Canadian companies in their export activities. Professional training will also be undertaken to enhance staff capacity to deliver core services. A national set of performance measures will also be introduced.

Aggressive marketing of a new *Going Global* portal and updated course material seeks to boost participation levels even further.

Canada's regional development agencies will continue to tailor TCI products and services to the unique needs of emerging exporters in their respective regions. Such services will include trade awareness sessions, one-on-one counseling, conferences, seminars, and trade mentoring/coaching programs and regionally-focused trade missions. ACOA, for example, will focus on engaging industry associations in the development and implementation of sector-specific export strategies. FedNor will

Export Capability & Preparedness (continued)

Strategic Goal: Increase the number of active exporters in Canada

Strategic Priority	Results in 2003-04
<p>(continued)</p> <p>Help prepare smaller Canadian businesses for the challenges of exporting</p>	<p>hundreds of their clients. ACOA, for example, offered trade skills and development training to 975 Atlantic Canada companies; 42 companies began to export for the first time and 112 existing exporters secured new export markets. Under a new trade strategy, FedNor created the FedNor International Business Centre for Trade and Tourism (Sault Ste. Marie), established Team Northern Ontario, a community-based trade advisory network, contributed over \$340,000 to community-based organizations, provided 115 exporters with export counseling or referrals to the export readiness test, organized an Opening Doors to Global Opportunities roadshow (Thunder Bay, Sault Ste. Marie, Sudbury, Timmins and North Bay) and sponsored 13 market entry support events. DEC held 723 training and information sessions for over 19,000 participants, resulting in 255 new exporters, increased export capabilities for 796 firms and improved competitive position of 1,000 Quebec firms.</p> <p>The Canada Border Services Agency (CBSA) issued 25,022 new import/export RM accounts, 8,362 new Business Numbers with import/export RM accounts and introduced a new information centre website for small- and medium-sized enterprises. A new method of reporting, called G7 EDI Export Reporting, was implemented in June 2003, simplifying and harmonizing international customs data procedures. The number of registrants to the Canadian Automated Export Declaration (CAED) database, which now permits exporters to electronically transmit their records, continued to grow at a rate of almost 1,000 new registrants a month.</p> <p>Two meetings of the <i>SME Advisory Board on International Trade</i> allowed the Minister of International Trade to receive input from the SME business community across Canada, and to highlight TCI activities aimed at SMEs. A presentation on the Trade Commissioner Service was also made at the annual meeting of the Canadian Council on Small Business and Entrepreneurship (Victoria).</p> <p>As part of Trade Routes' ongoing outreach activities, a seventh Cultural Trade Commissioner (CTC) was co-located at the International Trade Centre in Moncton, joining the existing network of CTCs in Vancouver, Winnipeg, Toronto, Montreal, Halifax and St. John's. This year, the CTCs visited with more than 700 companies and organizations, and counselled more than 800 Canadian arts and cultural exporters.</p>
<p>Help Aboriginal, women and youth entrepreneurs to reach their export potential</p>	<p>Various TCI members and partners organized or participated in special outreach events to create awareness of exporting opportunities and promote the programs and services available for Aboriginal, women and young entrepreneurs.</p> <p>The Aboriginal International Business Development Committee (AIBD) spearheaded a wide range of outreach activities to encourage a greater export orientation among Aboriginal entrepreneurs. Among them were outreach activities at the World Summit of Indigenous Entrepreneurs (Toronto), the Nunavut Business Trade Show, the Nunavut Arts and Crafts Festival 2003, the Council for the Advancement of Native Development Officers National Conference and Trade Show (Whitehorse) and National Aboriginal Day. AIBD also set up an Aboriginal Pavilion at SIAL 2003 (Montreal), reprinted the Aboriginal Exporters Directory 2002 and supported a variety of other cultural promotional activities in Canada and abroad. A Nunavut-Canada business plan was developed to pursue trade in the cultural, fisheries and tourism opportunities for the Boston and New England market.</p>



Plans for 2004-05 to 2007-08

undertake a range of promotional activities, including a series of half-day trade information and services sessions to be held in partnership with the Ontario Ministry of Northern Development and Mines and 13 mini-sessions in smaller communities. WD will work with various industry associations on sector based international marketing activities and implement a program of local export workshops and community-based export referrals in conjunction with its Community Futures network.

The **Canadian Automated Export Declaration** is expected to continue to grow strongly, as it aligns with new requirements resulting from changes to the export regulatory regime.

The **SME Advisory Board on International Trade** will continue to meet regularly to provide input to the Minister of International Trade on matters affecting the SME community. The Board will continue to facilitate cooperation and awareness of SME needs among TCI partners.

The CTCs will continue to promote and provide guidance on the full range of TCI services and products to arts and cultural exporters, while increasing the sectors' awareness of both **Trade Routes** and the Virtual Trade Commissioner (VTC).


TCI members and partners will continue to conduct outreach events with aboriginal and women entrepreneurs to create awareness of exporting opportunities and the programs and services available to assist them.

The **Aboriginal International Business Development Committee's** (AIBD) plans for 2004-05 include: conducting an Aboriginal Exporters' Survey; translating Virtual Aboriginal Trade Show (VATS) materials into Chinese; organizing an exhibit and sale of Aboriginal jewelry at EXPO 2005 (Japan); supporting the update of Aboriginal Tourism Canada's data base; identifying support for Nunavik participation in the Riddu Riddu festival (Norway); supporting the participation of artists at an exhibition of Northwest Coast art (Germany) and at a gallery artists exhibition (Switzerland); supporting attendance by international buyers at Planet IndigenUs Aboriginal Festival (Toronto); supporting the participation of Aboriginal artists at the Boston Nunavut promotion; supporting a Montreal conference for Aboriginal arts organized by the Indigenous Caucus of the Creators Rights Alliance. AIBD is conducting research and analysis for an Aboriginal trade development strategy.

An indigenous mission to the World Bank and the Inter-American Development Bank will highlight aboriginal experience and expertise in the natural resource sector (Washington).

Export Capability & Preparedness (continued)

Strategic Goal: Increase the number of active exporters in Canada

Strategic Priority	Results in 2003-04
<p>(continued)</p> <p>Help Aboriginal, women and youth entrepreneurs to reach their export potential</p>	<p>On the arts and cultural aisle of the Virtual Aboriginal Trade Show (VATS), on which Canadian Heritage leads, 20 new Aboriginal companies were added, bringing the total number of companies to 92.</p> <p>ITCan conducted or participated in outreach activities for women entrepreneurs to increase awareness of exporting opportunities, including Business Beyond the Box (a WED virtual conference in B.C.), the Organization of Women in International Trade Conference (Calgary), the Atlantic Women in Business Conference (St. John's), Salon Femmes, Entrepreneurs, Emplois et Services (Ottawa), Salon Entrepreneuriat Feminin (Saint-Jean-sur-Richelieu) and Women Trading Globally (Vancouver & Toronto).</p> <p>A <i>CanadExport</i> supplement <i>Going Global, Women Entrepreneurs in International Markets</i> was released on International Women's Day.</p>
	<p>Under the Export Internships for Trade Graduates (EITG) Program, ACOA partnered with various post-secondary institutions in Atlantic Canada to place 45 university students specializing in trade with companies pursuing growth opportunities in export markets.</p> <p>Under its International Trade Personnel Program, WD also cost-shared with 65 western Canadian firms to produce 69 new jobs filled by recent international trade graduates.</p>

International Market Development

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2003-04
<p>Help Canadian companies identify and pursue foreign market opportunities</p>	<p>Each year, TCI members provide thousands of Canadian exporters with foreign market and export opportunity information, networking opportunities, as well as troubleshooting advice and guidance on innovative approaches to developing international business. Various TCI members also identify sales leads for Canadian companies, many of which translate into export sales, new partners/suppliers and even new products.</p> <p>At 140 posts abroad, the Trade Commissioner Service (TCS) handled 56,371 client transactions, including 20,693 market prospects and local company reports, 11,108 key contact searches, 10,245 face-to-face briefings and 2,161 troubleshooting cases. A total of 8,351 Canadian companies received market intelligence reports, while another 3,813 were offered support for their market visits. The \$8.7 million Client Service Fund helped 120 foreign missions undertake more than 1,800 client-focused projects. Some 75% of Canadian clients reported expanding their network of key contacts in target markets, while 70% increased their awareness of new opportunities and 52% have begun pursuing new opportunities. In addition, 54% have expanded or diversified their products and services in the target market. Among foreign contacts, 70% reported increased awareness and knowledge of Canadian export, investment and science and technology partnership opportunities.</p>

Plans for 2004-05 to 2007-08

Canadian Heritage, in conjunction with the VATS partnership, will develop a marketing strategy for the website in 2004-05.

TCI products and services will be actively promoted at events such as the Newfoundland and Labrador Organisation of Women Entrepreneurs (NLOWE) Conference, the Organization for Women in International Trade (OWIT) events including the 2004 International Conference in Tampa FL, the Salon Entrepreneuriat Feminin (St. Jean-sur-Richelieu), the 2004 "Concours & Gala" of the Réseau des femmes d'affaires du Québec (Montreal), the 2004 Canadian Women Entrepreneur of the Year Awards (Toronto). International Trade Canada will participate as a partner at the Women's Economic Forum organized by Industry Canada as a result of the PM's Task Force on Women Entrepreneurs Task Force Report and Recommendations. The Businesswomen in International Trade website will be refreshed and integrated more tightly with the other areas of the *InfoExport* website. A campaign is being planned to encourage more women entrepreneurs to register with the VTC.

ACOA will continue to focus on increasing the pool of skilled and experienced trade specialists across Atlantic Canada by facilitating the employment of qualified trade graduates from Atlantic universities /colleges and through the arrangement of valuable internship opportunities for new graduates of trade programs. WD will continue its focus of increasing the export performance of SMEs by providing them with financial assistance on a cost shared basis to hire qualified international marketing graduates.

Plans for 2004-05 to 2007-08

With Canadian trade volumes increasing dramatically, the **Client Service Fund** was established to help the **Trade Commissioner Service** meet higher demand for a broader range of more complex trade-related services. The Fund is facing a potential \$2.4 million (27.5%) reduction due to the loss of funding collected from another source and the lack of new sources of funding.

International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2003-04
<p>(continued)</p> <p>Help Canadian companies identify and pursue foreign market opportunities</p> 	<p>The International Business Opportunities Centre (IBOC) disseminated 6,290 leads to over 18,000 Canadian companies. Resulting sales included a \$500,000 sale of split peas to Kenya, a \$39,000 sale of commercial alcohols to Burkina Faso and a \$14,500 sale of hydraulic seals to Greece. Since its inception in 1995, IBOC has disseminated almost 40,000 leads to Canadian companies across all industrial sectors of the Canadian economy. IBOC communicates business leads in two different ways: through direct personal contact with individual suppliers and electronically through e-mails sent to appropriate Canadian suppliers.</p> <p>SourceCAN identifies domestic and international business opportunities and matches them with potential Canadian suppliers. This year, over 51,000 registered users received personalized notifications on 418,000 qualified business opportunities, resulting in over \$400 million in new sales contracts (up from \$80 million last year, largely due to improvements to the system's search and browse capabilities).</p> <p>Canada Mortgage and Housing Corporation (CMHC) helps client to expand their business internationally by actively supporting Canadian companies in their search for new housing export opportunities in selected, high potential markets. These markets include the U.S., the U.K., Ireland, China, Japan, France and Mexico. This year, CMHC facilitated over \$70.5 million worth of Canadian exports by offering market intelligence, matchmaking events and identifying business leads and potential partners/distributors to approximately 200 Canadian client companies. CMHC has organized dozens of trade missions to target markets and arranged programs for over 40 delegations from around the world seeking Canadian products and expertise.</p>
<p>Help Canadian exporters promote their goods and services abroad through high profile foreign missions</p>	<p>Again this year, there were a number of high-profile trade missions and dozens of smaller missions.</p> <p>A May 2003 Team Canada Trade Mission to Bulgaria and Turkey, for example, attracted 25 Canadian businesses from a number of different sectors and demonstrated the promising trade, investment and partnership opportunities in those two countries. A December 2003 trade mission to Chile attracted 51 companies, generating millions of dollars in new business and reaffirming Canada's commitment to the Canada-Chile Free Trade Agreement. Some 39 representatives from 26 companies participated in a March 2004 trade mission to Central America (Guatemala, El Salvador, Costa Rica and Panama), in a bid to further strengthen a trade relationship that neared the \$1 billion mark in 2003. An evaluation of the Team Canada Trade Mission program was undertaken with the key stakeholders, including provincial officials, SME's, big business, cultural and educational institutions. While some changes to the existing format have been suggested, most consulted felt the Team Canada concept is useful in promoting Canada in key international markets.</p> <p>A major Trade Routes initiative, the Canadian Forum on Cultural Enterprise: When culture talks business (Paris, France) was a unique multisectoral business gathering which provided the opportunity for Canadian arts and cultural entrepreneurs to present business opportunities, expand their network of contacts, improve their business skills and practices, and learn about the business culture of Francophone markets (particularly the concerns of European and developing countries with regard to promotion and marketing of arts and cultural products). Trade Routes Cultural Trade Commissioners (CTCs) also organized or supported 35 trade missions, more than double last year's number.</p>

Plans for 2004-05 to 2007-08

The **International Business Opportunities Centre** (IBOC) will continue to work with missions and posts abroad to bring business leads to the attention of Canadian businesses, particularly small- and medium-sized enterprises. A sector-based reorganization in 2004-05 seeks to enhance staff expertise and align services to the needs of specific sectors. IBOC will also undertake more proactive training with posts to ensure they have a full understanding of IBOC services and to improve the quality of leads provided.

SourceCAN will continue to focus on increasing awareness and use of its services by reaching out to current users (to ensure they are optimizing their use of the system), associations, regional contacts and tradeshow participants and by identifying additional partners throughout government and the private sector.

Over the next three years, CMHC will continue to encourage the Canadian housing industry to diversify housing exports to markets both within North America and beyond, and will work to facilitate access to these priority markets for Canadian housing companies.

TCI members will continue to lead, participate in and support various trade missions representing specific regions, trade sectors and client groups.

The Canadian Consulate in Munich and the European Business Development and Connectivity Initiatives Division (REB) are exploring the potential for a NEXOS mission to CeBit in March 2005.

With the **Trade Routes** program renewal, future major Trade Routes initiatives will be proposed in consultation.

International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2003-04
<p>(continued)</p> <p>Help Canadian exporters promote their goods and services abroad through high profile foreign missions</p>	<p>Canada's regional development agencies continued to support trade missions for their client organizations. ACOA organized two Team Canada Atlantic Missions to Washington, D.C. during which 70 Atlantic Canadian firms participating in over 480 meetings with U.S. companies, generated short-term sales of \$1 million and more than \$65 million in anticipated future sales. ACOA also organized eight Atlantic trade missions (e.g., Scandinavia, France and New York) that generated millions in new sales. CED supported more than 2,300 firms that participated in 237 trade missions in countries such as France, Brazil, New Zealand, the United States and Benin. On behalf of 16 Northern Ontario firms, FedNor supported a Trade Mission to Detroit that yielded anticipated short-term sales of \$545,000 and one to Chicago, during which 18 Northern Ontario firms participated in National Manufacturing Week trade show and 125 business-to-business meetings. Another 30 mining supply companies and economic development officials from Northeastern Ontario participated in a business-to-business matchmaking exercise at Chile's ExpoNor 2003, one of the biggest mining trade shows in South America. WD supported Canadian participation in such Vancouver-based international conferences, trade shows and missions as the Globe Environmental Technologies Trade Fair 2004, the Hydrogen and Fuel Cells International Conference, the VidFest International Digital Festival, the 2nd Annual Bio partnering North America Conference and the Women Trading Globally international conference.</p>
<p>Help Canadian exporters in key priority sectors by supporting their participation in trade fairs and trade-related events around the world</p>	<p>Established in 2001-02, Brand Canada, an initiative of TCI, enhances the profile and image of Canada as a source of innovative, high-quality goods and services for international visitors at key international trade shows. This year, the program supported the marketing efforts of hundreds of Canadian companies at 39 major international shows, almost double the number last year. A survey of foreign visitors conducted at nine of these shows demonstrated positive change in perceptions towards Canada's industrial capabilities.</p> <p>Celebrating its 20th anniversary in 2003, the Canada Export Awards program recognizes and celebrates Canadian companies that successfully export their products and services to markets around the world in appreciation of their contribution to Canada's economic growth.</p> <p>Under the theme <i>Partnering for Security and Prosperity</i>, about 2,000 of the world's top academic, business, NGO and political luminaries met at the World Economic Forum (WEF) in Davos, Switzerland in January 2004. Canada's presence was strong, featuring the Prime Minister, the federal ministers of International Trade and of Industry Canada, provincial delegations from Quebec, Ontario and British Columbia, and about 50 Canadian businesses. Several Canadian initiatives on the margins of the WEF were used to promote Canadian viewpoints and Canada as an important investment location.</p> <p>Trade Routes provided \$1.3 million in funding to support 61 Canadian entrepreneurs participating in trade fairs and trade-related events around the world. Among them were the San Francisco International Art Exposition, the Frankfurt Book Fair, Hot Docs (Toronto), Association of Performing Arts Presenters Annual Conference (New York), MILIA 2003 (France) and MIDEM 2003 (France).</p>



Plans for 2004-05 to 2007-08

ACOA has plans for a number of pan-Atlantic trade missions, including: an aerospace technology and trade mission to Farnborough International (U.K.), the Acadian International Expo 2004 (Halifax), a technology, trade and investment mission to Sea Tech Week (France), a trade and investment mission to BIO (New York), a Team Canada Atlantic Mission to Chicago, a trade, investment, tourism and culture mission to World's Fair EXPO 2005 (Japan), and a trade mission to Aqua Nor 2005 (Norway). FedNor will support a November 2004 event called Naturallia. The international forum organized by Collège Boréal will bring together over 200 leaders in the mining and forestry sectors from five continents to discuss cooperative action and business partnerships. FedNor will also support trade missions to Italy and Mexico. WD has identified a number of trade shows and missions that it will participate in and/or support in 2004-05. Among them are: CoreNet Global Summit 2004, a Western Canada Technology Capabilities Study Tour, the BC Export Awards 2004, and the First Annual Procurement Conference of the Americas delivered jointly with the Canadian Commercial Corporation and the US General Services Administration.

Brand Canada will continue to work closely with partners to enhance participation at key international trade shows. In 2004-05, the program will fund initiatives at 26 shows involving nearly 1000 Canadian exhibitors. The highly successful program will be seeking a renewal of funding which is scheduled to expire in 2004-05.

The **Canada Export Awards** program will be revamped to enhance the recognition of Canadian companies who are helping ensure Canada's place in the 21st century economy. Changes will include a new advertising campaign in regional/national publications that highlights outstanding exporters, promotes the TCS, International Trade Centres (ITCs) and other services, provides an enhanced profile to ministerial outreach and increases Canadian awareness and appreciation of Canada's trade priorities.

Continued high levels of Canadian participation are expected at the annual World Economic Forum (WEF) given the success of Canadian events on the margins of last year's gathering. There will be a continued focus on initiatives that raise Canada's profile and presence at the WEF, especially on trade and investment issues.

Trade Routes will continue to support Canadian arts and cultural entrepreneurs' participation in key international events.

International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2003-04
<p>(continued) Help Canadian exporters in key priority sectors by supporting their participation in trade fairs and trade-related events around the world</p>	<p>The Trade Team Canada Sector teams (TTCS) support Canadian business participation in missions and trade fairs abroad and host foreign buyer missions to Canada. Over 80% of participants surveyed indicate that these activities help them access new markets and maintain or enhance their presence in foreign markets. Specific activities include:</p> <p>TTC Aerospace and Defence supported over 137 Canadian firms attending key international air and defence shows, including the 2003 Paris Air Show (France), the Aerospace Congress and Exhibition (Canada), DSEi Defence Systems and Equipment International (U.K.), MRO 2004 (U.S.) and Heli Expo 2003 (U.S.). Despite the war in Iraq and an overall decline in the sales output of the industry, participation in these events continues to grow. A survey of participants at the Paris Air Show revealed 90% satisfaction. Early registration for Farnborough 2004 indicates that the numbers participating will be up again.</p> <p>Under the new Agricultural Policy Framework launched last year, TTC Agriculture, Food and Beverages supported Canadian company participation in such major international trade fairs as BIOFACH 2004 (Germany), the Westcoast Food Show (U.S.), ANUGA 2003 (Germany) and FOODEX 2004 (Japan). In all, over 130 Canadian companies participated in these shows, reporting over \$12 million in on-site sales and more than 1,050 sales leads.</p> <p>TTC Automotive supported 45 Canadian companies as they participated in such international trade fairs as the SAE Congress (Detroit), International BAIKA (Germany) and the Tokyo Motor Show (Japan). The team also organized trade missions to Japan, Germany for automotive original equipment suppliers, one to Mexico for aftermarket equipment suppliers and hosted an Original Equipment Mission from France.</p> <p>TTC Bio-Industries supported the participation of 160 Canadian bio-tech organizations at BIO 2003 (Washington, D.C.) and BIO 2004 (San Francisco), the world's largest biotechnology conference. In addition to organizing the Canadian Pavillion and hosting Canada/Global Partnering and Venture Capital Seminars at both events, the team also organized various reception and networking events. Over 90% of Canadian participants at the events cited enhanced business prospects and over 60% reported on-site sales of \$100,000 or more.</p> <p>TTC Cultural Goods and Services supported and provided information to its members and other arts and cultural entrepreneurs. Four reports, focusing on the American and Australian markets, were made available on the TTC CGS website: <i>Administrative Procedures Affecting Market Access [to the United States] for Canadian Cultural Industries</i>, <i>The Visual Arts Market in the Tri-State Area for Canadian Art Galleries</i>, <i>Eastern United States of America Market Study</i>, and <i>The Country Music Market in Australia</i>.</p> <p>TTC Electric Power Equipment and Services supported 45 Canadian companies' participation in PowerGen International (Las Vegas). Over 50 Canadian companies participated in a Japanese Power Mission to Canada, with several then taking part in a subsequent Nuclear Power Mission to Japan.</p>



Plans for 2004-05 to 2007-08

TTC Aerospace and Defence will continue to participate in such high-profile industry events as the Farnborough International Air Show 2004 (U.K.) and MRO 2005 (U.S.). At Farnborough, for example, the team will organize a Canadian Pavillion, a Canadian Showcase, a Canadian Chalet, a Ministerial program, an investment program, a market intelligence and information program, and various media and networking events. Activities at MRO 2005 will include organizing a booth, producing a guide and hosting a range of networking activities. New initiatives for 2004 include an expanded market intelligence program, use of electronic distribution of reports and information, and the launch of a major Canadian aerospace project.

TTC Agriculture, Food and Beverages will continue to support Canadian company participation in major international trade fairs such as SIAL 2004 (Paris), European Seafood Show (Belgium), BIOFACH (Germany), and Alimentaria (Mexico). At SIAL 2004, Canada will also have a promotional bookmark inserted into all show programs and will have one of only 10 promotional logos printed on the trade show map. At BIOFACH, there will be a Canada Night to celebrate our nation's diversity, innovation, culture and tourism.

TTC Automotive will continue to encourage and support Canadian participation in such major international automotive shows as the SAE World Congress (U.S.), the Tokyo Motor Show (Japan) and AM Industry Week (U.S.). A Fall 2004 OE Trade Mission to Germany and Central Europe is one of a number planned over the next three years.

TTC Bio-Industries is planning participation in BIO 2005 (Philadelphia) to brand Canadian trade, investment and innovation.

TTC Cultural Goods and Services will continue to lead on the 'evergreen' International Trade Action Plans for craft, design, film and television, music and sound recording, new media, performing arts, publishing and visual arts.

TTC Electric Power Equipment and Services is planning participation in HydroVision (Montreal) at which some 45 Canadian companies are expected to exhibit, and the Nuclear Technology Exhibit (Washington, D.C.). The team is also organizing an Electric Power Mission to Mexico and planning for an anticipated incoming Power Mission from Russia.

International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2003-04
<p>(continued)</p> <p>Help Canadian exporters in key priority sectors by supporting their participation in trade fairs and trade-related events around the world</p>	<p>TTC Environmental Industries supported the participation of 71 Canadian companies in missions to Mexico, Poland, China and India including Canadian exhibitions at Enviro-Pro/PowerMex (Mexico), POLEKO 2004 (Poland), CIEPEC (China) and the Climate Change Technology Bazaar (India). 11 Canadian companies were also supported in auxiliary events organized in Hungary and Poland. At Globe 2004 (Vancouver) the team supported and hosted seven international-focused sessions for Canadian companies. Each session involved 50-100 Canadian companies.</p> <p>Launched as a pilot project in 1999 and recognized worldwide for its innovative partnership approach to sustainable economic development, the Sustainable Cities Initiative (SCI) provides a framework for the identification of partnership projects between Canadian organizations and participating municipalities abroad. Over 700 Canadian firms, government and non-governmental organizations and 1,300 individuals are now involved in projects ranging from full-scale sustainable waste management systems, to stormwater/sewage master plans or expansions, tourism initiatives, telecommunications, energy management and urban transportation. This year, a number of new cooperation and trade opportunities were identified and several new strategic alliances were formed.</p> <p>TTC Health Industries supported over 50 participants in such major international trade shows as Medica 2003 (Germany), the world's largest health care industry trade fair. Over 90% of the participants felt their involvement would yield important business opportunities; some 80% reported identifying solid on-site sales leads.</p> <p>TTC Information and Communications Technologies organized and supported more than 400 Canadian ICT companies' participation in such international trade shows and events as Conip Congress on E-Government (Brazil), the China High-Tech Fair, ITU World Telecom (Switzerland), PT Wireless (China), World Summit Information Society (Switzerland), NASSCOM (India), Supercomm 2004 (India), ExpoComm 2004 (Mexico), CeBIT 2004 (Germany). As a result of participating in these events, Canadian participants reported over 500 leads and approximately \$170.5 million in on-site and follow-up sales, as well as a number of sales agents and distribution agreements. Canada also participated in the 28th and 29th APEC TEL Working Group Meetings (Taiwan and Hong Kong). Trade missions to India and Pakistan were also supported, as were a number of visiting delegations from Australia, Europe, Ireland, Iran, Hong Kong and Mexico.</p> <p>TTC Oil and Gas Equipment and Services supported the participation of over 200 Canadian companies in such international trade shows as Offshore Technology Conference (Houston), EXITEP 2003 (Mexico), Offshore Europe (Scotland), KIOGE 2003 (Russia) and the 2003 Society of Petroleum Engineers Annual Technical Conference and Exhibition (Denver). The team also supported a Canadian Oil and Gas Business Development Mission to Mexico and hosted eight sessions for Canadian companies interested in hearing the experiences and learnings of various Canadian exporters doing business in such countries as Chad, Brazil, Venezuela, UAE, Iran and Iraq.</p>



Plans for 2004-05 to 2007-08

TTC Environmental Industries has committed to a 3-5 year plan for India and China. Each fiscal year, with the input of partners including industry, the team will lead a mission to multiple cities in each country, delivering a program that includes trade show exhibitions, technology showcases, climate change workshops, company briefing sessions, Canadian receptions, site tours, matchmaking and group meetings. The team will also continue to participate at Globe (Vancouver) and Americana (Montreal) in alternating years, supporting a Canada Pavilion exhibit and market specific workshops.

The Sustainable Cities Initiative (SCI) funding sunsets March 31, 2005 and efforts are now underway to determine a strategy and method for renewal of the programme. In the interim, supported by a cash management situation to March 31, 2006, the SCI will continue to work closely with its partner cities to facilitate sustainable development and encourage trade and investment by providing opportunities to showcase and apply Canada's expertise, technologies and services in priority areas for sustainable urban development (i.e., urban planning, clean water, waste management, transportation, housing, capacity-building, telecommunications, urban infrastructure, etc.). In addition, the SCI's Business Advisory Committee has formed a Financing Task Force to respond to and strategize on the important challenge of project financing.


TTC Health Industries will continue to support Canadian company participation in MEDICA for the next few years, focusing on developing a common pavilion design to enhance Canada's visibility and branding, producing an annual Canadian company profile brochure, a Health Technologies Industry CD Rom and other information products as appropriate. On-site networking receptions will also be organized each year to attract foreign delegates.

TTC Information and Communications Technologies will continue to support Canadian company participation in sector-specific trade shows such as the Hong Kong Information Infrastructure Expo (China), Communication Asia/Broadcast Asia 2004 (Singapore) and ITU Telecom Asia 2004 (Korea). The team will also continue to organize and support incoming trade missions, seminars, workshops and matchmaking events as requests are received.

TTC Oil and Gas Equipment and Services will continue to encourage and support Canadian participation in such trade shows as the Offshore Technology Conference (Houston), Global Petroleum Show (Calgary) and the Society of Petroleum Engineers Annual Technical Conference and Exhibition (Houston). The team will also continue to organize regular regional meetings to highlight its services and developments in key target markets.

International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2003-04
<p>(continued)</p> <p>Help Canadian exporters in key priority sectors by supporting their participation in trade fairs and trade-related events around the world</p> 	<p>TTC Plastics supported 42 companies participating in such international events as Les Journées européennes des composites (France), Plast 2003 (Italy), the National Plastics Exhibition (Chicago), Plastics Philippines (Manila), Chinaplas 2004 (China) and Composites 2003 (Anaheim).</p> <p>Based on the findings of last year's task groups on financing issues, priority markets and international development business opportunities, TTC Service Industries focused on a few key trade shows, trade missions and added an additional emphasis on promoting greater use of existing export tools. A number of information products were introduced, enhanced or updated during the year, including <i>Take-A-World-View</i>, <i>Export Your Services</i>, an electronic <i>Roadmap to International Development Business</i> (IFI/UN markets), Helsinki and Vienna as Springboards to Business Opportunities in Eastern Europe, and an <i>International Project Development Roadmap</i>. TTCSI participated and supported a number of tradeshow and missions including: Education Market (WEM) (Portugal), British Education Trade Show (BETTS) (U.K.), an incoming trade mission from the Panama Canal Authority and participated in three environmental trade missions to enhance presence of Canadian service providers and their wide range of relevant service to environmental projects (Mexico, Poland, China).</p> <p>TTC Wood Products and Other Building Materials supported Canadian participation in such international trade events as Interzum (Germany), the world's largest trade fair for furniture production and interiors and for forest and wood products. Some 19 Canadian companies and trade associations exhibited in the Canada Pavilion. Several Canadians missions visited Interzum, including 18 companies from Atlantic Canada, 25 from Lac St-Jean region of Quebec and 35 with the Centre de recherche industriel du Quebec (CRIQ). The TTCS secured funding and participated at the International Builders' Show (IBS) in Las Vegas and staffed the Canadian Pavilion with the Atlanta Consulate commercial officer for the sector. The show attracted over 100,000 visitors; 25 Canadian exhibitors in the Canadian Pavilion and; 90 other Canadian exhibitors in various other Halls of this largest show in the U.S.</p>
<p>Provide market development funding</p>	<p>Some 617 Canadian companies and 57 trade associations received \$10.4 million in financial assistance through the Program for Export Market Development (PEMD).</p> <p>The Business Development Bank of Canada (BDC) provided over \$2 billion in financial support - loans, venture capital and consulting services - to over 7,000 commercially viable small- and medium-sized Canadian businesses. BDC's unique and specialized solutions include long-term financing with flexible repayment and a single approach for working capital needs to support the development of new products and export markets. BDC Consulting Group delivers specialized export advice to help businesses become export-savvy by assessing global opportunities, increasing production capacity while establishing international trade contacts and conforming to international regulations. BDC's Going Global solution provides a step-by-step approach to exporting that includes practical, authoritative information to help evaluate export potential and readiness.</p> <p>The Agri-Food Trade Program provided \$26 million to 98 national industry associations and 38 client firms for the development of international markets for agriculture, agri-food, food, beverage and seafood products.</p>

Plans for 2004-05 to 2007-08

TTC Plastics will continue to encourage and support Canadian company participation in such important international events as Plast-Ex 2004 (Toronto), Plast 2006 (Italy) Plast Imagen 2005 and 2006 (Mexico), Expolast 2005 (Montreal), Plastindia 2005 (India), Argenplas 2006 (Brazil), the National Plastics Exposition 2006 (Chicago), Chinaplas 2005 and 2006 (China), Composites 2004 and 2006, and Brasilplast 2006 (Brazil). The team is also planning a mould makers mission to Cleveland.

TTC Service Industries will continue to implement recommendations made by the task groups, including enhancing industry awareness of available tools and services, the upgrading of export financing know-how, participating in the Canadian Manufacturers and Exporters' Manufacturing 20/20 and in 'Springboard to Eastern Europe' events being organized by the foreign posts in Vienna and Helsinki (2004-05), and possibly Hong Kong, Singapore, Johannesburg and Miami (2005-07). Training seminars for new service exporters with a particular focus on financing will also be offered.

Having identified priority markets as the U.S., Japan (and North Asia) and Germany (and Western Europe), **TTC Wood Products and Other Building Materials** plans to participate in such upcoming trade events as Interbuild 2004 and 2006 (UK), Interzum 2005 and 2007, Salon maison bois (France), Plan Expo (Ireland), the Japan Home Show (Japan), the International Builders Show (Ontario) and Bau (Germany).

TCI members will continue to support Canadian exporters through various market development funding programs.

International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2003-04
<p>(continued)</p> <p>Provide market development funding</p>	<p>Within just five months into its fiscal year, the Trade Routes Contributions Program was oversubscribed at a rate of 2.5:1. At the end of 2003-04, the program had allocated about \$2 million in support to 67 arts and culture recipients across Canada.</p> <p>Canada Wood provided \$5.51 million in support for 15 wood industry associations representing over 1,000 wood products firms in Canada. The five-year, \$35 million program cost shares with industry on initiatives aimed at expanding export opportunities for Canada's wood products. Projects supported this year included: Canada Wood offices in Beijing, Shanghai, Tokyo, Brussels, and London; promotional representation in Seoul, South Korea and Taipei, Taiwan; 19 market studies completed for China, Europe, Japan and Mexico; industry-led web portal for information on Canadian wood products; a strong Canada Wood presence at Interbuild a major international trade show in the U.K. In October 2003, the new Taiwanese wood frame construction code was proclaimed, making North American wood products acceptable for construction in that market; and in January 2004, the Chinese timber structural design building code was implemented, allowing the construction of North American wood-frame houses using Canadian products, grading rules and design properties.</p> <p>Under Western Economic Diversification's International Trade Personnel program, over \$2.8 million in financial support was provided to 66 small- and medium-sized western Canadian businesses. This program allowed these companies to cost-share with WED in the hiring of 82 recent graduates to work on 2-3 year international market development projects.</p> <p>CIDA Inc approved spending close to \$52 million to help 154 Canadian firms seeking opportunities overseas.</p>
<p>Deliver world-class risk management, trade finance and contracting solutions</p>	<p>Export Development Canada (EDC) offers Canadian exporters trade financing, insurance and bonding services as well as foreign market expertise that help them compete in world markets. In 2003, EDC extended \$51.9 billion in trade finance and risk management services to finance or insure Canadian export sales and investments in over 140 markets on behalf of 7,172 Canadian businesses, the majority of which were small- and medium-sized enterprises (SMEs). EDC signed up 18 per cent more customers than in 2002 for advance payment and performance-related bonding support, providing the insurance needed by SMEs to get additional financing capacity from financial institutions. EDC also improved the technology used to serve SMEs, enabling them to more efficiently apply for and renew policies via e-commerce tools, including the online Receivable Insurance Centre.</p> <p>As Canada's export contracting agency, CCC (the Canadian Commercial Corporation) offers a range of services to improve a Canadian exporter's ability to win international contracts, including: export project promotion support, advice on bid or proposal preparation and submission, assistance with contract structuring and negotiation, as well as contract monitoring and administration. In 2003-2004, 3,702 Canadian exporters accessed CCC services and won \$1.144 billion in export sales in 25 countries with CCC assistance.</p>



Plans for 2004-05 to 2007-08

Extended for an additional fiscal year, the **Trade Routes** Contributions Program will be open for business in 2004-05.

Promotional efforts to increase awareness of the **Canada Wood Export Program** will include: an e-bulletin directly to private industry; Canada Wood Days joint seminars in the U.K.; technical seminars in Japan; and participation at five major trade shows in China and Japan. Service improvements will include a web-based, on-line claim and management information system.

EDC has set a target of serving 8,000 customers by 2004 by reaching out to new exporters and investors, and by supporting existing customers as they strive to increase their exports. As EDC develops new financial solutions for its customers, new tools are added and others updated to respond to developments in the consensus and financial markets. At this time, EDC is reviewing how it can enhance its product offering to more effectively partner with banks in the provision of financial services to Canadian companies.

Having reconfigured CCC's non-Defence production Sharing Arrangement business from a cost recovery model to one based on a fee for service model in 2002, CCC will introduce additional pricing options for the purchase of its bundled International Prime Contractor Service to better serve the needs of its clients. Target for business volume for 2004-2005 is \$1.2 billion.

Photo credits

Agriculture and Agri-Food Canada, cover and pages 10 and 16.

Canadian Heritage, cover and page 20.

Natural Resources Canada, cover and pages 6, 8, 22 and 24

Indian and Northern Affairs Canada, pages 12 and 14

Références photographiques

- Affaires indiennes et du Nord Canada, pages 12 et 14.
Agriculture et agroalimentaire Canada, page couverture et pages 10 et 16.
Patrimoine Canada, page couverture et page 20.
Ressources naturelles Canada, page couverture et pages 6, 8, 22 et 24.

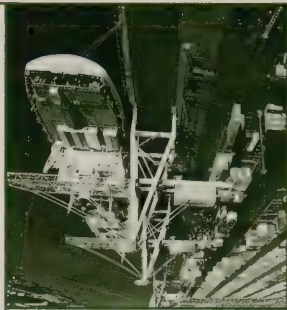
Activités prévues de 2004-05 à 2007-08	
<p>Les activités de promotion visant à faire connaître le programme Produits de bois canadien comprendront la diffusion d'un bulletin électronique s'adressant au secteur privé; les séminaires conjoints Canada Wood Days au Royaume-Uni; les séminaires techniques au Japon; et la participation à cinq foires commerciales importantes en Chine et au Japon. Pour améliorer les services, on mettra en place un système d'information en ligne sur les demandes de remboursement et la gestion.</p>	
<p>Exportation et développement Canada (EDC) s'est fixé comme objectif de servir 8 000 clients d'ici 2004 en attirant de nouveaux exportateurs et investisseurs et en aidant les clients actuels dans les efforts qu'ils déploient pour accroître leurs exportations. À mesure qu'EDC met au point de nouvelles solutions financières pour ses clients, il met à jour des outils et en crée de nouveaux pour s'adapter à l'évolution du Consensus et des marchés financiers. À l'heure actuelle, EDC examine sa gamme de produits financiers dans le but de s'associer plus efficacement avec les banques pour offrir des services financiers aux entreprises canadiennes.</p> <p>Après être passée en 2002 d'un modèle de recouvrement des coûts à un modèle axé sur la rémunération des services pour ses activités non liées à l'Accord canado-américain sur le partage de la production de défense, la CCC mettra en place des options supplémentaires quant à l'établissement des prix pour les achats regroupés en vertu de son Service de maître d'œuvre international, afin de mieux répondre aux besoins de ses clients. Pour 2004-2005, elle s'est fixé comme objectif d'atteindre un volume d'activités se chiffrant à 1,2 milliard de dollars.</p>	

<p><i>Développement des marchés internationaux (suite)</i></p> <p>Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire</p>	<p>Priorité stratégique</p>	<p><i>(suite)</i></p> <p>Financer le développement des marchés</p> <p>Le Programme canadien d'exportation des produits du bois (connu sous le nom de Produits de bois canadien) a versé 5,51 millions de dollars pour venir en aide à 15 associations industrielles représentant plus de 1 000 entreprises du secteur des produits du bois au Canada. Ce programme quinquennal doté d'un budget de 35 millions de dollars partage avec l'industrie les coûts d'initiatives destinées à accroître les possibilités d'exportation pour les produits du bois canadien. Parmi les projets appuyés cette année, mentionnons l'ouverture de bureaux de promotion à Beijing, Shanghai, Tokyo, Bruxelles et Londres; des activités de représentation à Séoul (Corée du Sud) et à Taipei (Taïwan); la réalisation de 19 études de marchés pour la Chine, l'Europe, le Japon et le Mexique; le lancement d'un portail Web sous la gouverne de l'industrie pour la diffusion d'information sur les produits du bois canadiens; une forte présence de Produits de bois canadien à Interbuild, foire commerciale importante tenue au Royaume-Uni. En vertu du nouveau code de construction de charpentes en bois adopté à Taïwan en octobre 2003, les produits du bois nord-américains peuvent être utilisés pour la construction sur ce marché. De plus, le code du bâtiment sur la conception de structure en bois adopté en Chine en janvier 2004 a été mis en œuvre, permettant ainsi la construction de maisons à ossature de bois nord-américain faisant appel aux règles de classement, aux caractéristiques de conception et aux produits canadiens.</p> <p>Sous la bannière du Programme d'emploi en commerce international de Développement de l'économie de l'Ouest, 66 PME de la région ont obtenu une aide financière totalisant de plus de 2,8 millions de dollars. Ces entreprises ont pu partager avec DEO les coûts liés à l'embauche de 82 nouveaux diplômés affectés à des projets de développement des marchés étrangers pour deux ou trois ans.</p> <p>Le Programme de coopération industrielle de l'Agence canadienne de développement international a approuvé l'octroi de près de 52 millions de dollars pour aider 154 entreprises canadiennes à la recherche d'occasions d'affaires à l'étranger.</p>	<p>Offrir des solutions de calibre mondial dans les domaines de la gestion des risques, du financement des exportations et de la passation des marchés</p> <p>Exportation et développement Canada (EDC) offre aux exportateurs canadiens des services de financement, d'assurance et de cautionnement des exportations, ainsi que de l'information spécialisée sur les marchés étrangers, afin de les aider à soutenir la concurrence à l'étranger. En 2003, EDC fourni à 7 172 entreprises canadiennes, pour la plupart des PME, des services de financement des exportations et de gestion du risque se chiffrant à 51,9 milliards de dollars, pour financer ou assurer des projets d'exportation et d'investissement dans plus de 140 marchés. Le nombre de clients d'EDC a augmenté de 18 p. 100 par rapport à 2002 pour l'aide concernant les acomptes et le cautionnement de bonne exécution, offrant aux PME l'assurance nécessaire pour accroître leur capacité de financement auprès des institutions financières. EDC a également perfectionné la technologie utilisée pour venir en aide aux PME, leur permettant ainsi de contracter et de renouveler plus efficacement les polices au moyen d'outils de cyberrcommerce, y compris le Centre d'assurance-comptes clients.</p> <p>La CCC (Corporation commerciale fédérale de passation des marchés d'exportation, offre aux exportateurs canadiens tout un éventail de services pour les aider à obtenir des marchés d'exportation, entre autres : soutien à la promotion de projets d'exportation, conseils pour la préparation et la présentation d'offres ou de propositions, assistance en matière d'établissement et de négociation des contrats, suivi et administration des contrats. En 2003-2004, les services de la CCC ont aidé 3 702 exportateurs canadiens à réaliser des ventes à l'exportation totalisant 1,144 milliard de dollars dans 25 pays.</p>
--	-----------------------------	---	--

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08	<p>Après avoir déterminé que ses marchés prioritaires sont les États-Unis, le Japon (et l'Asie du Nord) ainsi que l'Allemagne (et l'Europe de l'Ouest), l'ECC Produits du bois et autres matériaux de construction prévoit de participer à des foires commerciales telles que Interbuild 2004 et 2006 (Royaume-Uni), Interzum 2005 et 2007, le Salon maison bois (France), Plan Expo (Irlande), le Japan Home Show (Japon), l'International Builders Show (Ontario) et Bau (Allemagne).</p>
	<p>Les membres d'ECCI continueront d'appuyer les exportateurs canadiens grâce à différents programmes de financement axés sur le développement de marchés.</p> <p>Le programme de contributions Routes commerciales a été reconduit pour un exercice supplémentaire et il sera en activité en 2004-2005.</p>

Développement des marchés internationaux (suite)
Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalisations en 2003-04
<p>(suite)</p> <p>Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier</p>	<p>canal de Panama, l'Équipe a pris part à trois missions commerciales visant à renforcer la présence des fournisseurs de services canadiens dans le secteur de l'environnement et d'élargir l'éventail de services offerts dans le cadre des projets environnementaux (Mexique, Pologne, Chine).</p> <p>L'ECC Produits du bois et autres matériaux de construction a soutenu des entreprises canadiennes, qui ont ainsi pu participer à des manifestations commerciales internationales comme Interzum (Allemagne), la plus importante foire commerciale pour la production de meubles, l'architecture d'intérieur, les produits forestiers et les produits du bois. Dix-neuf entreprises canadiennes d'intérieur, les produits forestiers et les produits du bois. Plusieurs missions canadiennes ont visité Interzum, dont 18 entreprises des provinces de l'Atlantique, 25 de la région du Lac-Saint-Jean au Québec et 35 avec le Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ). L'ECC a fourni du financement pour l'International Builders' Show (IBS) à Las Vegas, auquel elle a participé, et elle a assuré la dotation en personnel du Pavillon du Canada en collaboration avec l'agent de commerce du Consulat du Canada à Atlanta responsable du secteur. Cette foire commerciale a attiré plus de 100 000 visiteurs, 25 exposants canadiens au Pavillon du Canada et 90 autres exposants canadiens dans différents autres pavillons de cette foire, qui est la plus importante des États-Unis.</p>
Financer le développement des marchés	<p>Six cent dix-sept entreprises canadiennes et 57 associations professionnelles ont reçu une aide financière de 10,4 millions de dollars par l'intermédiaire du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).</p> <p>La Banque de développement du Canada (BDC) a octroyé plus de 2 milliards de dollars sous forme d'aide financière — prêts, capital de risque et services-conseils — à plus de 7 000 PME canadiennes commercialement viables. Parmi les solutions uniques et spécialisées proposées par la BDC, mentionnons le financement à long terme assorti de modalités de remboursement souples et une approche unique pour les besoins en fonds de roulement, afin d'appuyer le développement de nouveaux produits et de marchés d'exportation. Le Groupe-conseil de la BDC offre des conseils spécialisés en matière d'exportation pour faire de ces entreprises des exportateurs avisés en les aidant à évaluer les occasions d'affaires sur les marchés étrangers et à accroître leur capacité de production, à établir des contacts sur les marchés étrangers et un réseau de distribution, ainsi qu'à respecter les règlements internationaux. La solution <i>Destination : marchés internationaux</i> offerte par la BDC propose une approche graduelle en matière d'exportation, qui fournit des renseignements pratiques faisant autorité pour aider à évaluer le potentiel et la capacité d'exportation.</p> <p>Le Programme d'exportation agroalimentaire a versé 26 millions de dollars à 98 associations industrielles nationales et à 38 entreprises clientes, afin de les aider à développer des marchés internationaux pour les produits agroalimentaires, les boissons et les produits de la mer.</p> <p>À peine cinq mois après le début de l'exercice financier, le programme de contributions Routes commerciales a connu un tel succès que le nombre d'entreprises inscrites a été de 2,5 fois supérieur à ses capacités. À la fin de 2003-2004, ce programme avait octroyé environ 2 millions de dollars à l'appui de 67 bénéficiaires du secteur des arts et de la culture dans toutes les régions du Canada.</p>



Activités prévues de 2004-05 à 2007-08	
<p>L'ECC Industries de la santé continuera d'appuyer la participation des entreprises canadiennes à MEDICA au cours des prochains exercices. Elle concentrera ses efforts sur l'élaboration d'une conception commune pour les pavillons, afin d'améliorer la visibilité et l'image de marque du Canada et produira une brochure annuelle présentant les entreprises canadiennes à des foires commerciales sectorielles, par exemple, la Hong Kong Information Infrastructure Expo (Chine), Communication Asia/Broadcast Asia 2004 (Singapour) et ITU Telecom Asia 2004 (Corée). L'Équipe continuera d'accueillir des missions de l'étranger, ainsi que d'appuyer des séminaires, des ateliers et des activités de jumelage selon les demandes reçues.</p> <p>L'ECC Technologies de l'information et des télécommunications continuera d'appuyer la participation d'entreprises canadiennes à des foires commerciales sectorielles, par exemple, la Hong Kong Information Infrastructure Expo (Chine), Communication Asia/Broadcast Asia 2004 (Singapour) et ITU Telecom Asia 2004 (Corée). L'Équipe continuera d'accueillir des missions de l'étranger, ainsi que d'appuyer des séminaires, des ateliers et des activités de jumelage selon les demandes reçues.</p> <p>L'ECC Matériel et services d'exploitation du pétrole et du gaz continuera d'encourager et d'appuyer la participation canadienne à des foires commerciales comme la Offshore Technology Conference (Houston), le Global Petroleum Show (Calgary) et la conférence-exposition technique annuelle de la Society of Petroleum Engineers (Houston). L'Équipe continuera par ailleurs d'organiser régulièrement des réunions régionales pour faire connaître ses services et l'évolution de la conjoncture dans les principaux marchés cibles.</p> <p>L'ECC Plastiques continuera d'encourager et d'appuyer la participation canadienne à des activités internationales importantes telles que Plast-Ex 2004 (Toronto), Plast 2006 (Italie), Plast Imagen 2005 et 2006 (Mexique), Expolast 2005 (Montréal), Plastindia 2005 (Inde), Argenplas 2006 (Argentine), la National Plastics Exposition 2006 (Chicago), Chinaplas 2005 et 2006 (Chine), Composites 2004 et 2006 ainsi que Brasilplast 2006 (Brésil). L'Équipe prévoit par ailleurs d'organiser une mission de fabricants de moules à Cleveland.</p> <p>L'ECC Services continuera de mettre en œuvre les recommandations formulées par les groupes de travail, par exemple, sensibiliser l'industrie aux outils et services à leur disposition, améliorer le savoir-faire en matière de financement des exportations, participer à l'initiative des Manufacturiers et exportateurs du Canada intitulée Fabrication : pour une vision claire de notre avenir et aux activités des bureaux de Vienne et de Helsinki (<i>Un tremplin vers l'Europe de l'Est</i>) (2004-2005) et peut-être de Hong Kong, Singapour, Johannesburg et Miami (2005-2007). L'Équipe offrira aussi à l'intention des nouveaux exportateurs des séminaires de formation mettant l'accent sur le financement.</p>	

<p>Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire</p>	
Priorité stratégique	<p>(suite)</p> <p>Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier</p>
Réalisations en 2003-04	<p>Cette année, l'Initiative a mis en évidence plusieurs nouvelles possibilités d'activités commerciales et de collaboration et donné lieu à plusieurs nouvelles alliances stratégiques.</p> <p>L'ECC Industries de la santé a aidé plus de 50 participants à des foires commerciales internationales importantes telles que Medica 2003 (Allemagne), la plus grande foire commerciale des industries de la santé dans le monde. Plus de 90 p. 100 des participants ont affirmé que leur participation entraînerait d'importantes occasions d'affaires; 80 p. 100 ont mentionné avoir établi un contact sur place avec des clients éventuels sérieux.</p> <p>L'ECC Technologies de l'information et des télécommunications a organisé et appuyé la participation de plus de 400 entreprises canadiennes du secteur à des foires et activités internationales telles que le Congrès du CONIP sur le cybergouvernement (Brésil), la High-Tech Fair (Chine), ITU Telecom World (Suisse), PT Wirelless (Chine), le Sommet mondial sur la société de l'information (Suisse), le colloque de NASSCOM (Inde), Supercomm 2004 (Inde), ExpoComm 2004 (Mexique) et le salon CeBIT 2004 (Allemagne). Selon les participants canadiens, ces activités leur ont permis d'établir un contact avec plus de 500 clients éventuels et de réaliser des ventes sur place et ultérieurement se chiffrant à environ 170,5 millions de dollars, en plus de conclure des ententes avec plusieurs agents de vente et distributeurs. Le Canada a également participé aux 28e et 29e réunions du Groupe de travail de l'APEC sur les télécommunications (Taïwan et Hong Kong). Un soutien a été offert pour des missions commerciales en Inde et au Pakistan, ainsi que pour l'accueil de plusieurs délégations d'Australie, d'Europe, d'Irlande, d'Iran, de Hong Kong et du Mexique.</p> <p>L'ECC Matériel et services d'exploitation du pétrole et du gaz a appuyé la participation de plus de 200 entreprises canadiennes à des foires commerciales internationales comme Offshore Technology Conference (Houston), EXITTEP 2003 (Mexique), Offshore Europe (Ecosse), KIOGE 2003 (Russie) et la conférence-exposition technique annuelle 2003 de la Society of Petroleum Engineers (Denver). L'équipe a aussi appuyé une mission canadienne de promotion du commerce au Mexique et organisé huit séances à l'intention d'entreprises canadiennes désireuses de connaître les expériences des différents exportateurs canadiens faisant affaire dans des pays tels que le Tchad, le Brésil, le Venezuela, les Émirats arabes unis, l'Irak et de s'inspirer des leçons qu'ils ont apprises.</p> <p>L'ECC Plastiques a aidé 42 entreprises participant à des activités internationales comme Les Journées européennes des composites (France), Plast 2003 (Italie), la National Plastics Exhibition (Chicago), Plastics Philippines (Manille), Chinaplas 2004 (Chine) et Composites 2003 (Anaheim).</p> <p>Compte tenu des résultats des groupes de travail de l'an dernier sur le financement, les marchés prioritaires et les occasions d'affaires liées au développement international, l'ECC Services a concentré ses efforts sur quelques foires et missions commerciales clés et s'est davantage attaché à promouvoir une utilisation accrue des outils d'exportation existants. Au cours de l'exercice, elle a lancé, amélioré ou mis à jour plusieurs produits d'information, dont <i>Une approche mondiale... Exportez vos services</i>, l'outil électronique <i>Carnet de route pour les affaires liées au développement international</i> (contrats financés par les institutions financières internationales ou les Nations Unies), <i>Vienne et Helsinki — Un tremplin vers l'Europe de l'Est, ainsi que la Feuille de route pour le développement de projets internationaux</i>. En plus de participer et de contribuer à plusieurs foires et missions commerciales, dont World Education Market (WEM) (Portugal), le British Education Trade Show (BETS) (Royaume-Uni) et une mission commerciale de représentants de l'Autorité du</p>

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

L'ECC Automobile continuera d'encourager et d'appuyer la participation canadienne à des foires internationales importantes telles que le Congrès mondial de la SAE (États-Unis), le Tokyo Motor Show (Japon) et l'AM Industry Week (États-Unis). Plusieurs missions sont prévues au cours des trois prochains exercices, dont une mission commerciale en Allemagne et en Europe centrale à l'automne 2004, pour les fournisseurs d'équipement d'origine.

L'ECC Bio-industries prévoit de participer à BIO 2005 (Philadelphie) pour faire connaître le Canada comme pays de prédilection pour le commerce, l'investissement et l'innovation.

L'ECC Produits et services culturels continuera de diriger l'élaboration de plans d'action en matière de commerce international, qui seront continuellement mis à jour, concernant l'artisanat, le design, le cinéma et la télévision, la musique et l'enregistrement sonore, les nouveaux médias, les arts de la scène, l'édition et les arts visuels.

L'ECC Matériel et services d'énergie électrique prévoit de participer à HydroVision (Montréal), qui présentera 45 exposants canadiens, ainsi qu'à la Nuclear Technology Exhibit (Washington, D.C.). L'Équipe organise par ailleurs une mission au Mexique visant le secteur de l'électricité et se prépare à accueillir une mission russe dans le même domaine.

L'ECC Industries environnementales a adopté un plan de trois à cinq ans pour l'Inde et la Chine. Chaque année, avec l'apport de différents partenaires, dont l'industrie, l'Équipe dirigera une mission qui se rendra dans plusieurs villes de ces deux pays et offrira un programme intégrant des foires commerciales, des vitrines technologiques, des ateliers sur le changement climatique, des séances d'information à l'intention des entreprises, des réceptions, des visites guidées, des services de jumelage et des réunions de groupe. En outre, l'Équipe continuera de participer à Globe (Vancouver) et à Americana (Montréal) tous les deux ans, à appuyer une exposition au Pavillon du Canada et des ateliers portant sur des marchés particuliers.

Le financement de l'Initiative des villes durables (IVD) prend fin le 31 mars 2005 et on cherche maintenant à définir une stratégie et une méthode afin de reconduire le programme. Entre temps, grâce à une gestion adéquate des fonds jusqu'au 31 mars 2006, l'IVD continuera de travailler en étroite collaboration avec les villes partenaires pour favoriser le développement durable et encourager le commerce et l'investissement. À cette fin, le Canada aura l'occasion de présenter et d'appliquer son savoir-faire, ses technologies et ses services dans les domaines prioritaires à l'appui du développement urbain durable, c'est-à-dire la planification urbaine, l'eau propre, la gestion des déchets, les transports, le logement, le renforcement des capacités, les télécommunications, l'infrastructure urbaine, etc. En outre, le Comité consultatif des entreprises de l'IVD a mis sur pied un groupe de travail sur le financement afin de résoudre le problème du financement des projets et de définir une stratégie à cet égard.

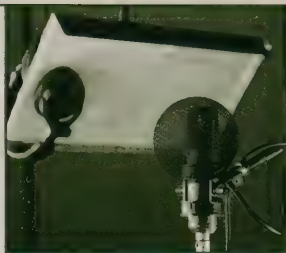
Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Développement des marchés internationaux (suite)

Priorité stratégique	Réalisations en 2003-04
(suite) Epauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier	<p>L'ECC Automobile a apporté son aide à 45 entreprises canadiennes qui participaient à des foires internationales telles que le Congrès mondial de la SAE (Detroit), International BAIKA (Allemagne) et le Tokyo Motor Show (Japon). L'Équipe a aussi organisé des missions commerciales au Japon, en Allemagne pour les fournisseurs d'équipement d'origine et une au Mexique pour les fournisseurs de pièces de rechange, et elle a accueilli une mission française du secteur des pièces d'origine.</p> <p>L'ECC Bio-industries a appuyé la participation de 160 organisations canadiennes du secteur de la biotechnologie à BIO 2003 (Washington, D.C.) et BIO 2004 (San Francisco), conférence la plus importante dans le domaine. En plus d'organiser le Pavillon du Canada et d'accueillir des séminaires sur les partenariats entre le Canada et les autres pays et sur le capital de risque à ces deux conférences, l'Équipe a organisé différentes réceptions et activités de réseautage. Plus de 90 p. 100 des participants canadiens à ces activités ont fait état d'une amélioration de leurs perspectives commerciales et plus de 60 p. 100 ont déclaré avoir réalisé des ventes sur place atteignant 100 000 \$ ou plus.</p> <p>L'ECC Produits et services culturels a appuyé ses membres et d'autres entrepreneurs du secteur des arts et de la culture et leur a fourni de l'information. Quatre rapports, mettant l'accent sur les marchés d'Amérique et d'Australie, ont été affichés dans le site Web de l'Équipe : <i>Procédures administratives touchant l'accès aux marchés [des États-Unis] pour les entreprises culturelles canadiennes, Le marché des arts visuels dans la région des trois États à l'intention des galeries d'art canadiennes, Etude des marchés de l'Est des États-Unis, et Le marché de la musique country en Australie.</i></p> <p>L'ECC Matériel et services d'énergie électrique a appuyé la participation de 45 entreprises à PowerGen International (Las Vegas). Plus de 50 entreprises canadiennes ont participé à une mission japonaise au Canada visant le secteur de l'électricité. Par la suite, plusieurs entreprises du secteur de l'industrie nucléaire ont pris part à une mission au Japon.</p> <p>L'ECC Industries environnementales a appuyé la participation de 71 entreprises canadiennes à des missions au Mexique, en Pologne, en Chine et en Inde, y compris la participation d'exposants canadiens à Enviro-Pro/PowerMex (Mexique), POLKO 2004 (Pologne), CIEPEC (Chine) et au Climate Change Technology Bazaar (Inde). Onze entreprises canadiennes ont également reçu de l'aide pour des activités secondaires organisées en Hongrie et en Pologne. Lors de Globe 2004 (Vancouver), l'Équipe a appuyé et accueilli sept missions internationales. De 50 à 100 entreprises canadiennes participaient à chacune de ces missions.</p> <p>Lancée sous forme de projet pilote en 1999 et reconnue dans le monde entier pour son approche de partenariat novatrice dans le domaine du développement économique durable, l'Initiative des villes durables (IVD) fournit un cadre pour déterminer les projets de partenariat entre des organisations canadiennes et les municipalités participantes à l'étranger. Plus de 700 entreprises et organisations gouvernementales ou autres et 1 300 particuliers du Canada prennent maintenant part à des projets variés : systèmes de gestion durable des déchets à grande échelle, plans d'aménagement ou d'expansion des réseaux collecteurs d'eaux pluviales ou usées, projets touristiques, télécommunications, gestion énergétique et transports urbains.</p>



Activités prévues de 2004-05 à 2007-08	<p>Image de marque Canada continuera de travailler en étroite collaboration avec ses partenaires pour accroître la participation aux foires commerciales internationales importantes. En 2004-2005, le programme financera des initiatives dans le cadre de 26 foires mettant à contribution près de 1 000 exposants canadiens. Ce programme qui connaît un vif succès s'efforcera d'obtenir un renouvellement du financement qui doit prendre fin en 2004-2005.</p> <p>Le programme des Prix d'excellence à l'exportation canadienne sera remanié de manière à mieux rendre hommage aux entreprises qui aident le Canada à se tailler une place dans l'économie XXI^e siècle. Parmi les modifications prévues, mentionnons une nouvelle campagne de publicité dans les publications régionales ou nationales qui mettra en évidence des exportateurs exceptionnels, fera connaître le Service des délégués commerciaux, les Centres du commerce international et d'autres services, donnera une visibilité accrue aux activités de sensibilisation menées par le ministre et aidera à faire connaître et apprécier à leur juste valeur les priorités du Canada en matière de commerce.</p> <p>Le Canada devrait continuer d'assurer une forte présence au Forum économique mondial annuel compte tenu du succès des activités canadiennes organisées en marge de cette réunion l'an dernier. On mettra encore l'accent sur les initiatives qui donnent une visibilité au Canada et renforcent sa présence dans le cadre du Forum, en particulier dans les dossiers du commerce et de l'investissement.</p> <p>Le programme Routes commerciales continuera d'appuyer la participation des entrepreneurs canadiens du secteur des arts et de la culture aux principales activités internationales.</p> <p>L'ECC Aérospatiale et défense continuera de participer à des activités sectorielles prestigieuses telles que le Salon aéronautique international de Farnborough 2004 (Royaume-Uni) et MRO 2005 (États-Unis). À Farnborough, par exemple, l'Équipe organisera un Pavillon du Canada, un Chalet canadien, un programme ministériel, un programme d'investissement, un programme d'information et de renseignements commerciaux ainsi que différents événements médiatiques et activités de réseautage. Parmi les activités prévues à MRO 2005, mentionnons l'organisation d'un stand, la production d'un guide et une foule d'activités de réseautage. En 2004, on prévoit d'accroître la portée du programme de renseignements commerciaux, de diffuser les rapports et l'information par voie électronique et de lancer un grand projet national dans le domaine de l'aérospatiale.</p> <p>L'ECC Agriculture, aliments et boissons continuera d'appuyer la participation d'entreprises à des foires commerciales internationales importantes comme le SIAL 2004 (Paris), l'Exposition européenne des fruits de mer (Belgique), BIOFACH (Allemagne) et Alimentaria (Mexique). Au SIAL 2004, un signet faisant la promotion du Canada sera inséré dans tous les programmes et le logo du pays sera l'un des dix logos promotionnels imprimés sur la carte du Salon. À BIOFACH, on organisera une soirée du Canada pour souligner la diversité, l'innovation, la culture et les attraits touristiques de notre pays.</p>
--	---



Priorité stratégique

Epauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier

Réalisations en 2003-04

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Image de marque Canada, initiative d'ECI lancée en 2001-2002, fait valoir le Canada en tant que source de produits et services novateurs et de qualité auprès des visiteurs étrangers participant à des foires commerciales clés. Cette année, le programme a appuyé les activités de marketing de certaines d'entreprises canadiennes dans le cadre de 39 foires internationales importantes, soit près de deux fois plus que l'an dernier. Un sondage mené auprès des visiteurs étrangers lors de neuf de ces salons a révélé une amélioration de la perception des capacités de l'industrie canadienne. En 2003, on a célébré le 20^e anniversaire du programme des **Prix d'excellence à l'exportation canadienne**, qui rend hommage aux entreprises canadiennes qui prospèrent sur les marchés du monde entier. On reconnaît ainsi leur contribution à la croissance économique du Canada.

Sur le thème *Ensemble pour la sécurité et la prospérité*, quelque 2 000 établissements universitaires, organismes non gouvernementaux et sommités politiques parmi les plus prestigieux du monde se sont réunis au Forum économique mondial à Davos, en Suisse, en janvier 2004. Le Premier ministre du Canada, les ministres du Commerce international et de l'Industrie du Canada, les délégations provinciales du Québec, de l'Ontario et de la Colombie-Britannique et une cinquantaine d'entreprises canadiennes y représentaient le Canada, très présent à cet événement. Plusieurs initiatives canadiennes organisées en marge du Forum ont été utilisées pour promouvoir le point de vue du Canada et faire valoir le pays en tant que destination de choix pour l'investissement.

Le programme **Routes commerciales** a octroyé 1,3 million de dollars pour aider 61 entrepreneurs canadiens à participer à des foires commerciales et à des activités de promotion du commerce un peu partout dans le monde, notamment la San Francisco International Art Exposition, la Foire du livre de Francfort, Hot Docs (Toronto), la conférence annuelle de l'Association of Performing Arts Presenters (New York), MILIA 2003 (France) et le MIDEM 2003 (France).

Les **Équipes sectorielles commerciales Canada** (ESCC) aident les entreprises canadiennes à participer à des missions et à des foires commerciales à l'étranger et à accueillir au Canada des missions d'acheteurs étrangers. Selon plus de 80 p. 100 des participants interrogés, ces activités les aident à avoir accès à de nouveaux marchés et à maintenir ou renforcer leur présence sur les marchés étrangers. Les activités étaient notamment :

L'ECC **Aérospatiale et défense** a aidé plus de 137 entreprises canadiennes participant à des foires internationales clés du secteur de l'aviation et de la défense, notamment le Salon de l'aéronautique de Paris 2003 (France), l'Aerospace Congress and Exhibition (Canada), DSEI Defence Systems and Equipment International (Royaume-Uni), MRO 2004 (États-Unis) et Heli Expo 2003 (États-Unis). Malgré la guerre en Irak et un recul généralisé des ventes de l'industrie, la participation à ces activités continue de croître. Un sondage mené auprès des participants au Salon de l'aéronautique de Paris a révélé un taux de satisfaction de 90 p. 100. Les premières inscriptions à Farnborough 2004 semblent indiquer que le nombre de participants continuera d'augmenter.

Sous l'égide du nouveau **Cadre stratégique pour l'agriculture** lancé l'an dernier, l'ECC **Agriculture, aliments et boissons** a appuyé la participation d'entreprises canadiennes à des foires internationales importantes comme BIOFACH 2004 (Allemagne), le Westcoast Food Show (États-Unis), ANUGA 2003 (Allemagne) et FOODDEX 2004 (Japon). Dans l'ensemble, plus de 130 entreprises canadiennes ont participé à ces foires. Elles ont réalisé des ventes sur place dépassant 12 millions de dollars et établi un contact avec plus de 1 050 clients éventuels.

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08	<p>Les membres d'ECI continueront de diriger et d'appuyer différentes missions commerciales représentant des régions, des secteurs et des groupes de clients particuliers ainsi que d'y participer.</p> <p>Le Consulat du Canada à Munich et la Direction de l'expansion des affaires en Europe et de la connectivité explorent la possibilité d'organiser une mission NEXOS à CeBit en mars 2005.</p> <p>Compte tenu du renouvellement du programme Routes commerciales, les futures initiatives importantes connexes seront proposées en collaboration.</p> <p>L'APÉCA prévoit plusieurs missions commerciales regroupant des gens d'affaires de la région de l'Atlantique dans son ensemble, y compris une mission technologique et commerciale au Salon aéronautique international de Farnborough (Royaume-Uni), une mission à l'Exposition internationale de l'Acadie 2004 (Halifax), une mission de spécialistes de la technologie, de gens d'affaires et d'investisseurs à la Sea Tech Week (France), une mission de gens d'affaires et d'investisseurs à BIO (New York), une mission d'Equipe Canada Atlantique à Chicago, une mission de gens d'affaires, d'investisseurs et de représentants des secteurs du tourisme et de la culture à l'exposition universelle EXPO 2005 (Japon) et une mission commerciale à Aqua Nor 2005 (Norvège). FedNor appuiera Naturalia, qui se tiendra en novembre 2004. Le Forum international organisé par le Collège Boréal réunira plus de 200 chefs de file des secteurs des mines et des forêts provenant de cinq continents pour discuter de coopération et de partenariats d'affaires. En outre, FedNor soutiendra des missions commerciales en Italie et au Mexique. Pour sa part, DFO a recensé plusieurs foires et missions commerciales auxquelles il participera ou qu'il appuiera en 2004-2005. Sont du nombre le CoreNet Global Summit 2004, une tournée de sensibilisation aux capacités technologiques de l'Ouest canadien, les BC Export Awards 2004 et la toute première Conférence des Amériques sur l'approvisionnement public fédéral organisée conjointement par la Corporation commerciale canadienne et la General Services Administration des États-Unis.</p>
--	---



Priorité stratégique

Aider les exportateurs canadiens à faire valoir leurs produits et services sur les marchés d'exportation à l'occasion de missions prestigieuses à l'étranger

Réalisations en 2003-04

Développement des marchés internationaux (suite)
Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Cette année encore, plusieurs missions commerciales prestigieuses et des dizaines de missions de moindre importance ont été organisées.

La mission commerciale de mai 2003 en Bulgarie et en Turquie, par exemple, a attiré 25 entreprises canadiennes de différents secteurs et démontre les possibilités de commerce, d'investissement et de partenariat prometteuses que recèlent ces deux pays. La mission de décembre 2003 au Chili a attiré 51 entreprises, générant des contrats d'une valeur de plusieurs millions de dollars et réaffirmant l'engagement du Canada à l'égard de l'Accord de libre-échange Canada-Chili. Trente-neuf représentants de 26 entreprises ont participé à une mission commerciale en Amérique centrale (Guatemala, El Salvador, Costa Rica et Panama) en mars 2004, visant à renforcer des échanges commerciaux qui ont frôlé le milliard de dollars en 2003. Une évaluation du programme de missions commerciales d'Équipe Canada a été menée auprès des intervenants clés, notamment les représentants des provinces, les PME, les grandes entreprises, les organismes culturels et les établissements d'enseignement. Certains changements ont été proposés, mais la plupart des personnes consultées estiment que le concept d'Équipe Canada est efficace pour promouvoir le Canada dans les principaux marchés étrangers.

Initiative majeure du programme **Routes commerciales**, le Forum canadien sur l'entreprise de la culture : quand la culture s'affaire (Paris), qui réunissait des entreprises de différents secteurs, a offert aux entrepreneurs canadiens du secteur des arts et de la culture la possibilité de présenter des occasions d'affaires, d'élargir leurs réseaux de contacts, d'améliorer leurs compétences et leurs pratiques en affaires et de se familiariser avec la culture d'affaires des marchés francophones (en particulier les préoccupations des pays d'Europe et des pays en développement concernant la promotion et la commercialisation des produits artistiques et culturels). Les commissaires au commerce culturel de **Routes commerciales** ont aussi organisé ou appuyé 35 missions commerciales, soit plus du double de l'année précédente.

Les organismes canadiens de développement régional ont continué d'appuyer les missions commerciales pour leur clientèle. L'APFCA a organisé deux missions d'Équipe Canada Atlantique à Washington, D.C., au cours desquelles 70 entreprises des provinces de l'Atlantique ont participé à plus de 480 réunions avec des entreprises américaines. Ces missions ont généré des ventes à court terme de 1 million de dollars et des ventes prévues dépassant 65 millions. L'APFCA a aussi organisé huit missions commerciales de l'Atlantique (p. ex. Scandinavie, France et New York) qui ont donné lieu à de nouveaux contrats totalisant des millions de dollars. DEC a aidé plus de 2 300 entreprises qui ont participé à 237 missions commerciales dans des pays tels que la France, le Brésil, la Nouvelle-Zélande, les États-Unis et le Bénin. Au nom de 16 entreprises du nord de l'Ontario, FedNor a appuyé une mission commerciale à Detroit, qui a entraîné des ventes à court terme de 545 000 \$, et une à Chicago, au cours de laquelle 18 entreprises du nord de l'Ontario ont participé à la foire commerciale de la National Manufacturing Week et à 125 réunions interentreprises. Une mission regroupant les représentants de 30 fournisseurs du secteur minier et organismes de développement économique du nord-est de l'Ontario ont participé à une activité de jumelage d'entreprises au Chili dans le cadre d'ExpoNor 2003, l'une des plus importantes foires commerciales du secteur minier en Amérique du Sud. DEO a appuyé la participation d'entreprises canadiennes à des conférences, des foires commerciales et des missions internationales telles que le Salon des technologies environnementales Globe 2004, la Conférence et Foire commerciale – Hydrogène et Piles à combustible 2003, VidFest (Vancouver International Digital Festival), la deuxième conférence annuelle Bio Partnering North America et la conférence internationale Women Trading Globally.

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08	
<p>Compte tenu de la croissance spectaculaire du volume des échanges avec les pays étrangers, le Fonds pour services aux clients (FSC) a été mis sur pied pour aider le Service des délégués commerciaux à répondre à une hausse de la demande visant une gamme élargie de services commerciaux plus complexes. Le budget du Fonds risque d'être amputé de 2,4 millions de dollars (27,5 p. 100) en raison de la perte de contributions provenant d'une autre source et du manque de nouvelles sources de financement.</p> <p>Le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) continuera de collaborer avec les missions et les bureaux à l'étranger pour porter les clients éventuels à l'attention des entreprises canadiennes, en particulier les PME. Une réorganisation sectorielle en 2004-2005 vise à améliorer les compétences du personnel et à harmoniser les services aux besoins des différents secteurs. En outre, le COAI entreprendra une formation plus proactive en collaboration avec les bureaux à l'étranger pour s'assurer qu'ils comprennent bien les services offerts par l'organisme et améliorer la qualité des occasions signalées.</p> <p>SourceCAN continuera de s'attacher à mieux faire connaître ses services et à inciter différents groupes – utilisateurs actuels (pour s'assurer qu'ils utilisent le système de façon optimale), associations, contacts régionaux et participants aux foires commerciales – à y avoir recours et en trouvant des partenaires supplémentaires dans les secteurs public et privé.</p> <p>Au cours des trois prochains exercices, la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL), continuera d'encourager l'industrie canadienne de l'habitation à diversifier ses exportations vers les marchés d'Amérique du Nord et d'ailleurs et elle s'efforcera de faciliter l'accès des entreprises canadiennes du secteur à ces marchés prioritaires.</p>	



Aider les entreprises canadiennes à repérer et à exploiter les occasions d'affaires sur les marchés étrangers

Priorité stratégique

Réalisations en 2003-04

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Développement des marchés internationaux

Chaque année, les membres d'ECI fournissent à des milliers d'exportateurs canadiens de l'information sur les marchés étrangers et les débouchés d'exportation, des services de dépannage et des conseils sur les approches novatrices en matière de développement des marchés d'exportation et leur signalent des occasions de réseautage. Des membres d'ECI s'attachent par ailleurs à repérer des débouchés à l'intention des entreprises canadiennes, qui se traduisent souvent par des ventes, de nouveaux partenariats ou le choix de nouveaux fournisseurs ou encore le développement de nouveaux produits.

Dans les 140 missions du Canada à l'étranger, le **Service des délégués commerciaux** (SDC) a traité 56 371 transactions avec des clients, auxquels il a notamment fourni 20 693 aperçus du potentiel de marché et rapports sur les entreprises locales, 11 108 recherches de contacts clés, 10 245 rencontres personnelles et 2 161 interventions de dépannage. Au total, 8 351 entreprises canadiennes ont reçu des rapports de renseignements commerciaux, tandis que 3 813 ont bénéficié d'un appui lors de visites dans un pays étranger. Le **Fonds pour services aux clients**, doté d'un budget de 8,7 millions de dollars, a aidé 120 missions à l'étranger à entreprendre plus de 1 800 projets centrés sur les clients. Environ 75 p. 100 des clients canadiens ont déclaré avoir élargi leurs réseaux de contacts clés dans les marchés étrangers, tandis que 70 p. 100 se sont dits mieux renseignés sur les nouveaux débouchés et 52 p. 100 ont commencé à exploiter de nouveaux débouchés. En outre, 54 p. 100 ont accru ou diversifié leur gamme de produits et services dans le marché cible. Parmi les contacts étrangers, 70 p. 100 se sont déclarés mieux renseignés sur les possibilités d'exportation, d'investissement et de partenariats en sciences et en technologie au Canada.

Le **Centre des occasions d'affaires internationales** (COAI) a fait connaître 6 290 occasions à plus de 18 000 entreprises canadiennes. Ce service a notamment permis la vente de pois cassés au Kenya (500 000 \$), d'alcool commercial au Burkina Faso (39 000 \$) et de joints hydrauliques à la Grèce (14 500 \$). Depuis sa création en 1995, le COAI a communiqué près de 40 000 occasions d'affaires à des entreprises canadiennes de tous les secteurs de l'économie, soit en entrant directement en contact avec les fournisseurs ou en envoyant des courriels aux fournisseurs canadiens compétents. **SourcCAN** repère les occasions d'affaires au pays et à l'étranger et les signale à des fournisseurs de produits et de services canadiens. Cette année, plus de 51 000 utilisateurs inscrits ont reçu des avis personnalisés sur 418 000 occasions d'affaires susceptibles de les intéresser. Les nouveaux contrats de vente conclus pendant l'exercice grâce à ce service se chiffrent à plus de 400 millions de dollars, comparativement à 80 millions l'an dernier. Cette montée en flèche est en grande partie attribuable aux améliorations apportées aux fonctions de recherche et de navigation du système.

Pour aider les clients à prendre de l'expansion à l'échelle internationale, la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) soutient activement les entreprises canadiennes à la recherche de nouveaux débouchés d'exportation dans des marchés très prometteurs, notamment les États-Unis, le Royaume-Uni et l'Irlande, la Chine, le Japon, la France et le Mexique. En fournissant des renseignements commerciaux, en proposant des activités de jumelage et en faisant connaître des occasions d'affaires et des partenaires ou des distributeurs potentiels à quelque 200 entreprises, la SCHL a contribué au cours de l'exercice écoulé à des exportations canadiennes dépassant 70,5 millions de dollars. Elle a organisé des dizaines de missions commerciales dans les marchés cibles et organisé des programmes pour plus de 40 délégations du monde entier à la recherche de compétences et de produits canadiens.

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08	
<p>Les CCI continueront de promouvoir et d'orienter l'éventail complet des produits et services offerts par ECI aux exportateurs du secteur des arts et de la culture, tout en faisant connaître le programme Routes commerciales et le Délégué commercial virtuel (DCV) dans ce secteur.</p>	
<p>Les membres et partenaires d'ECI continueront de mener des activités de sensibilisation auprès des Autochtones et des femmes à la tête d'entreprises pour les sensibiliser aux possibilités d'exportation ainsi qu'aux programmes et services à leur disposition.</p> <p>En 2004-2005, le Comité de développement du commerce autochtone international prévoit notamment de mener un sondage auprès des exportateurs autochtones; de traduire en chinois la documentation de la Foire commerciale virtuelle autochtone; d'organiser une exposition-vente de bijoux autochtones à EXPO 2005 (Japon); d'appuyer la mise à jour de la base de données de Tourisme autochtone Canada; de recenser les mécanismes d'aide à la participation du Nunavik au festival Riddu (Norvège); d'appuyer la participation d'artistes à une exposition d'œuvres d'art de la côte du Nord-Ouest (Allemagne) et une exposition d'artistes de musées d'art (Suisse); d'appuyer la participation d'acheteurs étrangers au Planet Indigenous Aboriginal Festival (Toronto); de soutenir la participation d'artistes autochtones à la promotion du Nunavut à Boston; d'appuyer l'organisation d'une conférence sur les arts autochtones organisée à Montréal par le caucus autochtone de l'Alliance pour les droits des créateurs. Le Comité mène des recherches et des analyses en vue de l'élaboration d'une stratégie de développement du commerce autochtone.</p> <p>Une mission autochtone à la Banque mondiale et à la Banque interaméricaine de développement mettra en évidence l'expérience et les compétences des Autochtones dans le secteur des ressources naturelles (Washington).</p> <p>En collaboration avec le partenariat de la Foire commerciale autochtone virtuelle, Patrimoine canadien élaborera une stratégie de marketing pour le site Web en 2004-2005.</p> <p>Les produits et services d'ECI feront l'objet d'une promotion énergique lors de différentes manifestations telles que la conférence de la Newfoundland and Labrador Organisation of Women Entrepreneurs (NLOWE), les activités de l'Organization for Women in International Trade (OWIT) (y compris la conférence internationale de 2004 qui se tiendra à Tampa, en Floride), le Salon Entrepreneurial féminin (Saint-Jean-sur-Richelieu), le Concours et Gala 2004 du Réseau des femmes d'affaires du Québec (Montréal), la cérémonie des 2004 Canadian Woman Entrepreneur of the Year Awards (Toronto). Commerce international Canada participera à titre de partenaire au Forum économique national des femmes organisé par Industrie Canada dans la foulée du rapport et des recommandations du Groupe de travail du Premier ministre sur les femmes entrepreneurs. Le site Web Les Femmes d'affaires et le commerce fera peau neuve et sera mieux intégré aux autres sections du site Web InfoExport. Une campagne est prévue pour encourager les femmes entrepreneures à s'inscrire au Délégué commercial virtuel.</p> <p>L'APCA continuera de s'attacher à accroître le bassin de spécialistes en commerce compétents et chevronnés dans l'ensemble du Canada atlantique en favorisant l'emploi de diplômés en commerce qualifiés formés dans les universités ou les collèges de la région et en aménageant des possibilités de stages intéressants à l'intention des nouveaux diplômés des programmes de commerce. DFO continuera de s'efforcer d'améliorer la performance des PME au chapitre de l'exportation en leur offrant une aide financière selon le principe de partage des coûts pour embaucher des diplômés en marketing international qualifiés. Développement des marchés internationaux</p>	

Capacité d'exportation et état de préparation (suite) Objectif stratégique : Accroître le nombre d'exportateurs actifs au Canada	Priorité stratégique	Réalisations en 2003-04	<p>Aider les entreprises canadiennes dirigées par des jeunes, des Autochtones ou des femmes à réaliser leur potentiel sur les marchés d'exportation</p> <p>Dans le cadre des activités de sensibilisation du programme Routes commerciales, le bureau international de Moncton. Celui-ci s'est ainsi joint au réseau existant des CCI de Vancouver, Winnipeg, Toronto, Montréal, Halifax et St. John's. Cette année, les commissaires au commerce culturel se sont rendus dans plus de 700 entreprises et organisations et ont conseillé plus de 800 exportateurs canadiens du secteur des arts et de la culture.</p> <p>Différents membres et partenaires d'ECCI ont organisé des activités de sensibilisation spéciales, ou y ont participé, pour faire connaître les possibilités d'exportation et promouvoir les programmes et services offerts aux entreprises dirigées par des jeunes, des Autochtones ou des femmes.</p> <p>Le Comité de développement du commerce autochtone international a lancé un large éventail d'activités de sensibilisation pour inciter les entrepreneurs autochtones à exporter, notamment dans le cadre du Sommet mondial des entrepreneurs autochtones (Toronto), du Nunavut Business Trade Show, du Nunavut Arts and Crafts Festival 2003, de la conférence-foire commerciale nationale du Conseil pour l'avancement des agents de développement autochtones (Whitehorse) et de la Journée nationale des Autochtones. Le Comité a également aménagé le Pavillon autochtone au Salon international de l'alimentation, des boissons, vins et spiritueux 2003 (Montréal), réimprimé le <i>Répertoire des exportateurs autochtones 2002</i> et appuyé différentes autres activités de promotion de la culture au Canada et à l'étranger. Un plan d'activités Nunavut-Canada a été élaboré dans le but de tirer parti des occasions d'affaires dans les secteurs de la culture, des pêches et du tourisme pour le marché de Boston et du reste de la Nouvelle-Angleterre.</p> <p>Vingt nouvelles entreprises autochtones se sont jointes au volet arts et culture de la Foire commerciale virtuelle autochtone, qui relève de Patrimoine canadien, ce qui porte à 92 le nombre total d'entreprises participantes.</p> <p>CICan a mené des activités visant à sensibiliser les femmes entrepreneures aux possibilités d'exportation ou y a participé. Mentionnons notamment Business Beyond the Box (conférence virtuelle organisée en Colombie-Britannique par DFO), la conférence internationale de l'Organization of Women in International Trade (Calgary), la conférence Femmes d'affaires de l'Atlantique (St. John's), le Salon Femmes, Entrepreneurs, Emplois et Services (Ottawa), le Salon Entrepreneuriat féminin (Saint-Jean-sur-Richelieu) et Women Trading Globally (Vancouver et Toronto).</p> <p>Un supplément de <i>CanadaExport</i> intitulé <i>Femmes entrepreneures à la conquête des marchés internationaux</i>, a été publié lors de la Journée internationale de la femme.</p> <p>Sous l'égide du Programme de stages en matière d'exportation pour les diplômés en commerce, l'APÉCA s'est associée à différents établissements d'enseignement postsecondaire des provinces de l'Atlantique pour permettre à 45 étudiants ayant terminé une formation en commerce de faire des stages au sein d'entreprises à la recherche de nouveaux marchés d'exportation pour assurer leur croissance. Sous l'égide de son Programme d'emploi en commerce international, DFO a par ailleurs partagé les coûts avec 65 entreprises de l'ouest du pays pour créer 69 emplois offerts à des nouveaux diplômés en commerce international.</p>
---	----------------------	-------------------------	---

Les membres et partenaires d'ECL continueront d'offrir des séminaires, des ateliers et d'autres activités de formation aux entreprises canadiennes qui envisagent d'exporter ou se préparent à le faire.

Par suite d'un réexamen du mode de collaboration des Centres du commerce international (CCI) avec les missions à l'étranger, ces centres continueront d'offrir aux entreprises canadiennes l'aide dont elles ont besoin pour conquérir les mondiaux sous la nouvelle bannière du **Service des délégués commerciaux au Canada**. On s'attend à ce que le ministre et le sous-ministre du Commerce international, le délégué commercial en chef et les délégués commerciaux poursuivent les visites de sensibilisation pour rencontrer les représentants d'entreprises canadiennes et faire connaître le Service des délégués commerciaux, demander le point de vue des entreprises canadiennes sur les questions commerciales et aider ces entreprises à exporter. Une formation professionnelle sera également mise en place pour renforcer la capacité du personnel à fournir les services de base. Une série de mesures du rendement a également été adoptée à l'échelle nationale.


La promotion énergique d'un nouveau portail *Destination marchés internationaux* et du nouveau matériel de cours mis à jour devrait accroître encore davantage le niveau de participation.

Les organismes canadiens de développement régional continueront d'adapter les produits et services d'ECL aux besoins uniques des nouveaux exportateurs de leur région respective. Parmi les services offerts, mentionnons des séances d'initiation au commerce international, des consultations individuelles, des conférences, des séminaires, des programmes de mentorat ou d'encadrement professionnel et des missions commerciales régionales. Par exemple, l'APFCA s'attachera à faire participer les associations industrielles à l'élaboration et à la mise en œuvre de stratégies sectorielles en matière d'exportation. FedNor entreprendra un éventail d'activités de promotion, dont une série de séances d'information et de services d'une demi-journée en partenariat avec le ministère du Développement du Nord et des Mines de l'Ontario et 13 mini-séances dans les petites collectivités. DFO travaillera en collaboration avec différentes associations industrielles à des activités sectorielles de marketing international et mettra en place un programme d'ateliers locaux consacrés à l'exportation et de services d'aiguillage dans la collectivité en collaboration avec son réseau Aide au développement des collectivités.

La Déclaration d'exportation canadienne automatisée devrait continuer de gagner des adeptes, à mesure qu'elle sera harmonisée avec les nouvelles exigences découlant des modifications apportées au régime de réglementation de l'exportation. Le **Conseil consultatif sur les PME** continuera de se réunir régulièrement pour conseiller le ministre du Commerce international sur les questions touchant les PME. Il continuera aussi de favoriser la collaboration et de faire connaître les besoins des PME auprès des partenaires d'ECL.

Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

Objectif stratégique : Accroître le nombre d'exportateurs actifs au Canada

<p>Priorité stratégique</p>	<p>Aider les petites entreprises canadiennes à se préparer aux défis de l'exportation</p> 
<p>Réalisations en 2003-04</p>	<p>Chaque année, les membres d'ECCI offrent individuellement et collectivement des centaines de séminaires, ateliers et autres activités de formation aux entreprises canadiennes qui envisagent d'exporter ou se préparent à le faire.</p> <p>Les Centres du commerce international ont appuyé 618 activités de promotion de l'exportation et de l'investissement, qui ont permis de joindre plus de 13 950 clients, entre autre plusieurs tables rondes et visites d'entreprises canadiennes par le ministre et le sous-ministre du Commerce international. Le sous-ministre, le Délégué commercial en chef et les délégués commerciaux. D'après les sondages réalisés au cours de l'exercice lors de 87 activités, le taux de satisfaction global de la clientèle atteint 4,5 sur 5.</p> <p>Plus de 1 000 entrepreneurs ont suivi l'atelier de formation <i>Destination : marchés internationaux</i> offert par les partenaires d'ECCI de concert avec le Forum pour la formation en commerce international. En outre, 1 224 guides et 26 forfaits en ligne (y compris les cinq cours) ont été vendus. Environ 92 p. 100 des participants à <i>Destination : marchés internationaux</i> ont jugé cet atelier utile et 95 p. 100 ont affirmé que le contenu répondait à leurs attentes.</p> <p>Les organismes canadiens de développement régional — l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), Diversification de l'ouest (DEO), Développement économique Canada pour les régions du Québec (DEC) et FedNor — ont dispensé des séances de consultation individuelles et des séminaires sur les exportations à des centaines de clients. Par exemple, l'APECA a offert à 975 entreprises de la région une formation permettant l'acquisition ou le perfectionnement de compétences dans un métier spécialisé; 42 entreprises ont commencé à exporter; et 112 exportateurs ont conquis de nouveaux marchés extérieurs. En vertu d'une nouvelle stratégie commerciale, FedNor a créé le Centre de commerce international de FedNor pour le commerce et le tourisme (Sault Ste. Marie), mis sur pied l'Équipe Nord Ontario, réseau consultatif commercial communautaire, versé plus de 340 000 \$ à des organismes communautaires, donné à 115 exportateurs des conseils sur l'exportation ou les a aiguillés vers le test sur la capacité d'exportation, organisé l'exposition itinérante « Ouvrons les portes sur les débouchés mondiaux » (Thunder Bay, Sault Ste. Marie, Sudbury, Timmins et North Bay) et parrainé 13 activités de soutien à l'entrée sur les marchés. DEC a tenu 723 séances de formation et d'information regroupant plus de 19 000 participants, par suite desquelles 255 entreprises ont commencé à exporter, 796 entreprises ont amélioré leur capacité d'exportation et 1 000 entreprises québécoises ont renforcé leur position concurrentielle.</p> <p>L'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) a ouvert 25 022 comptes RM d'importateur ou d'exportateur, octroyé 8 362 numéros d'entreprise assortis d'un de ces comptes et lancé un nouveau site Web d'information à l'intention des petites et moyennes entreprises. Une nouvelle méthode d'établissement de rapports mise en place en juin 2003, la déclaration EDI des exportations du G7, a simplifié et harmonisé les procédures internationales relatives aux données des douanes. Le nombre d'entreprises inscrites à la base de données de la Déclaration d'exportation canadienne automatisée (DBCA), qui permet maintenant aux exportateurs de transmettre leurs documents par voie électronique, a continué d'augmenter au rythme de presque 1 000 nouvelles inscriptions par mois.</p> <p>Deux réunions du Conseil consultatif sur les PME ont permis au ministre du Commerce international de connaître le point de vue des PME du Canada et de mettre en évidence les activités d'ECCI s'adressant à ces entreprises. Une présentation sur le Service des délégués commerciaux a également été faite à l'assemblée annuelle du Conseil canadien de la PME et de l'entrepreneuriat (Victoria).</p>

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08	<p>coordonner la production de profils sectoriels de pays étrangers, jusqu'à cinq par mission à l'étranger. La Direction du financement international continuera de s'attacher à enrichir et améliorer l'information diffusée dans IFInet et à intégrer le site à InfoExport. Pour 2004-2005, l'objectif est de recruter 4 000 nouveaux abonnés à IFInet. La Direction continuera également de participer aux séances d'information ciblées et à produire des renseignements utiles à présenter dans <i>CanadaExport</i>.</p> <p>Le programme Routes commerciales distribuera le <i>Développement des marchés internationaux : profil des programmes fédéraux offerts au secteur des arts et de la culture</i> aux agents de commerce qui travaillent avec des entrepreneurs du secteur des arts et de la culture. Les recherches prévues en 2004-2005 dans le cadre du programme viseront plusieurs sous-secteurs, notamment le cinéma, le design, la musique et les arts de la scène.</p> <p><i>Exportateurs avertis</i> lancera une nouvelle chronique présentant une analyse FFPM (forces, faiblesses, possibilités et menaces) pour huit industries prioritaires et une rubrique intitulée « D'hier à aujourd'hui », qui fait le point sur le cheminement de clients ayant fait l'objet d'histoires de réussite par le passé.</p> <p>Statistique Canada améliorera le Registre des exportateurs canadiens pour présenter un portrait encore plus clair de la structure du milieu de l'exportation en ajoutant différentes variables : recettes globales, pays propriétaire, pays exerçant le contrôle, investissement, composition de l'effectif et adoption de technologies de pointe. On ajoutera également des données sur l'importation pour tracer un portrait plus complet de la réaction des exportateurs aux fluctuations du taux de change et aux autres éléments de la conjoncture économique mondiale.</p>
--	--

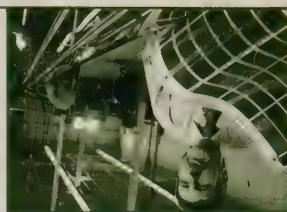
Capacité d'exportation et état de préparation (suite)
Objectif stratégique : Accroître le nombre d'exportateurs actifs au Canada

Priorité stratégique	Réalisations en 2003-04
(suite) Produire à l'intention des entreprises canadiennes une information pertinente et utile sur l'exportation	<p>distribués aux clients canadiens abonnés par l'intermédiaire d'InfoExport et du Délégué commercial virtuel et à l'occasion de foires commerciales ou d'autres événements. Ces publications demeurent très en demande, comme en témoigne l'augmentation de 23,4 p. 100 du nombre total de téléchargements (288 872). La Direction du financement international du Ministère a participé à 26 activités de promotion du commerce à l'échelle du pays, fournissant ainsi à plus de 1 250 exportateurs de l'information sur les occasions d'affaires qui s'offraient à eux par le truchement des institutions financières internationales dans le monde entier. La Direction a également fourni une formation ciblée ou le module de formation « Comment soumissionner avec succès » à 334 exportateurs de toutes les régions du Canada, publié 13 histoires de réussite et 8 articles dans CanadaExport et distribué 15 affiches sur des histoires de réussite concernant les institutions financières internationales à des entreprises canadiennes, à des missions à l'étranger, aux gouvernements provinciaux et aux partenaires. La Direction a également publié un rapport intitulé <i>Comment profiter du marché d'infrastructure mondial</i> accompagné de fiches d'information sur les occasions d'affaires avec 38 des principales entreprises du marché mondial de l'infrastructure. Elle a par ailleurs remanié son site Web IFInet (Réseau d'information sur le financement international), qui a grandement enrichi le contenu varié à l'intention des exportateurs et des investisseurs, ajoutant entre autres 93 nouvelles fiches d'information d'une page sur les sources de financement des projets ainsi que 40 fiches d'information sur des institutions et des organismes internationaux particuliers. IFInet compte maintenant plus de 3 000 abonnés à son site gratuit et le nombre de visites reçues a fait un bond de 38 p. 100.</p> <p>Le programme Routes commerciales de Patrimoine canadien a produit le document <i>Développement des marchés internationaux : profil des programmes fédéraux offerts au secteur des arts et de la culture</i>, qui donne de l'information sur les programmes et services fédéraux utiles aux exportateurs du secteur des arts et de la culture.</p> <p><i>Exportateurs avertis</i>, magazine d'Exportation et développement Canada, a été distribué à 26 700 abonnés, dont plus de 10 000 du secteur privé. <i>Info-Marchés EXPORT</i>, également un produit de cette société d'État, a été envoyé à 2 500 abonnés (gratuitement depuis juin 2003) et à plus de 4 500 cyberabonnés.</p> <p>Statistique Canada a publié de nouvelles données tirées du Registre des exportateurs canadiens (1993-2002), fournissant ainsi de l'information à jour sur les exportateurs du Canada, dont le nombre a augmenté de plus 30 p. 100 depuis 1993. Les exportateurs éventuels peuvent trouver dans ce registre des renseignements utiles leur permettant d'analyser les tendances dans leur industrie, leur groupe de produits, leur province ou le marché extérieur cible.</p> <p>Le site Web du Service d'exportation agroalimentaire a reçu plus de 1 million de visites, ce qui représente une hausse de 39 p. 100 par rapport à l'exercice précédent.</p>



Activités prévues de 2004-05 à 2007-08	
<p>ECI continuera d'améliorer ExportSource.ca et de promouvoir activement ce service auprès des entreprises canadiennes de l'ensemble des secteurs et des régions. Au nombre des améliorations prévues, mentionnons une nouvelle interface graphique et l'ajout du logiciel Web Trends pour faciliter le suivi de l'utilisation et du degré de satisfaction. Un sondage sera mené auprès des utilisateurs de la ligne sans frais du Service d'information sur l'exportation pour évaluer le degré de satisfaction et les attentes des clients de ce service.</p> <p>ECI continuera de former de nouveaux partenaires pour accroître son rayonnement, en concentrant ses efforts sur les associations canadiennes qui œuvrent auprès des PME. Pour faciliter l'auto-identification des partenaires éventuels, un formulaire d'inscription sera intégré à ExportSource.ca à l'intention des entreprises désireuses d'établir des partenariats. ECI offrira un montant supplémentaire de 330 000 \$ pour appuyer les activités de sensibilisation des Réseaux commerciaux régionaux (RCR) et mettre sur pied les secrétariats de ces réseaux en 2004-2005. Elle établira un nouveau cadre de mesure du rendement, afin d'aider les Réseaux à mieux évaluer l'incidence de leurs activités.</p>	
<p>ECI continuera d'élargir l'éventail de ses outils en ligne en mettant l'accent sur les outils d'auto-apprentissage comme l'<i>Evaluation interactive du financement des exportations</i>, une version mise à jour du <i>Plan d'exportation interactif</i>, une version enrichie du <i>Carnet de route pour l'exportation</i> (qui remplacera le <i>Continuum des services à l'exportation</i>), un nouvel outil en ligne <i>Exporter aux États-Unis</i> — <i>Guide des entreprises canadiennes</i> et une nouvelle base de données consultable intitulée <i>Répertoire des foires commerciales</i>.</p> <p>De nouveaux outils sont également prévus pour ImportSource.ca, entre autres un <i>Répertoire des services aux importateurs et aux exportateurs</i>, un guide en ligne à l'intention des importateurs et un <i>Guide des contrôles à l'importation</i>. ECI continuera de collaborer avec l'Agence des services frontaliers du Canada pour perfectionner le site Web.</p> <p>Pour améliorer la prestation intégrée de services de développement du commerce international aux clients canadiens, les services offerts par d'autres partenaires d'Équipe Canada inc seront intégrés au Délégué commercial virtuel (DCV). ECI poursuivra la mise en œuvre du deuxième volet du projet du DCV, le système de gestion électronique des relations avec la clientèle, et améliorera les services en facilitant le partage d'information sur les clients dans l'ensemble de son réseau. C'Can continuera d'améliorer <i>CanadaExport</i> en traitant un plus large éventail de sujets, en proposant un contenu plus équilibré sur le plan géographique et en mettant davantage l'accent sur les occasions qui s'offrent aux exportateurs canadiens. On prévoit d'augmenter de nouveau le nombre d'articles, de perfectionner la liste des abonnés pour la version imprimée, d'élargir la base d'abonnés pour la version électronique et de remanier le site Web. La Direction de l'appui aux marchés prévoit de produire 215 autres documents de renseignements commerciaux pour promouvoir les capacités des entreprises canadiennes auprès des clients étrangers. Elle organisera par ailleurs des séances de formation sectorielles à l'intention des agents de commerce dans le cadre de 15 foires commerciales internationales importantes au Canada et à l'étranger. Le Centre des études de marchés ou d'autres approches pour dispenser cette formation aux agents des missions à l'étranger. Le Centre des études de marchés continuera de suivre de près et d'évaluer les besoins des clients et leur degré de satisfaction grâce à son instrument de sondage en ligne sur les transactions et à des essais annuels auprès de groupes de consultation. Le Centre continuera par ailleurs de</p>	

Capacité d'exportation et état de préparation	Objectif stratégique : Accroître le nombre d'exportateurs actifs au Canada
Priorité stratégique	Réalisations en 2003-04
<p>Faciliter l'accès des entreprises à une gamme parfaitement intégrée de services commerciaux offerts par le gouvernement du Canada</p>	<p>Tous les produits d'information et outils d'ECI sont accessibles en ligne dans le site ExportSource.ca, qui a reçu 326 709 visites, soit une augmentation de 12 p. 100 par rapport à l'an dernier et de plus de 80 p. 100 depuis 2000-2001. Cette année, ECI a accru et amélioré le contenu de ce site Web. Les commentateurs des clients continuent de montrer qu'ils sont très satisfaits de ce service. La ligne sans frais du Service d'information sur l'exportation a reçu 13 403 appels, ce qui indique pour la quatrième année consécutive une préférence croissante pour les services en ligne.</p> <p>Les efforts soutenus déployés pour élargir son réseau et promouvoir activement ses produits et services ont permis à ECI d'atteindre des milliers de nouvelles entreprises clientes d'un bout à l'autre du pays. ECI regroupe maintenant 692 organismes. L'ajout de 25 chambres de commerce a agrandi le réseau, qui comptait déjà 117 partenaires fournisseurs de services, 350 partenaires rattachés aux Centres de services aux entreprises du Canada, 140 ambassades et missions à l'étranger, 12 Centres du commerce international (CCI), 12 Réseaux commerciaux régionaux (RCR), 13 Équipes sectorielles commerciales Canada et une quarantaine d'organismes offrant les ateliers <i>Destination : marchés internationaux</i>. Les 12 RCR ont touché 210 000 \$ par l'intermédiaire d'ECI, la plupart ont utilisé ces fonds pour accroître les activités de promotion régionales ou participer à 14 foires commerciales internationales présentées dans leur province respective, qui ont attiré quelque 13 000 petites et moyennes entreprises (PME).</p>
<p>Produire à l'intention des entreprises canadiennes une information pertinente et utile sur l'exportation</p>	<p>Parmi les nouveaux produits ajoutés à ExportSource.ca au cours de l'exercice, mentionnons l'outil interactif <i>Evaluation de la capacité d'exportation</i>, un guide complet intitulé <i>Introduction aux aspects financiers de l'exportation : Guide pour exportateurs canadiens et TradeMap Canada</i> (créé par le Centre du commerce international de Genève et maintenant accessible gratuitement aux abonnés canadiens). La nouvelle Salle des médias en ligne d'ECI diffuse des communiqués, de l'information sur les activités spéciales et des articles hebdomadaires sur les exportations. Le <i>Carnet de route pour l'exportation et le Guide pas-à-pas à l'exportation</i>, outils fort prisés, ont été mis à jour et publiés en formats pdf et html. ECI a aussi distribué 45 000 exemplaires imprimés de ces deux guides combinés. Elle a fourni plus de 5 600 ID-ROM et brochures <i>Commencez ici pour exporter</i>, ainsi que plus de 1 000 fiches d'information.</p> <p>La section Exportation et Importation du Portail des affaires du Canada a été scindée en deux pour améliorer la gestion des services à la clientèle. Un nouveau site Web ImportSource.ca a été lancé. Le nombre de clients ou contacts inscrits auprès du Délégué commercial virtuel (DCV) de Commerce international Canada (CICan) est passé de 3 500 à 11 400 au cours du dernier exercice. Vingt-et-un numéros de <i>CanadaExport</i> et 10 encarts spéciaux consacrés à des secteurs en particulier ont été publiés et plus de 1 million d'exemplaires imprimés ont été distribués au cours de l'exercice (52 000 copies de chaque numéro). En outre, 530 articles ont été affichés dans Web et envoyés par courriel à 6 500 abonnés. La Direction de l'appui au marché de CICan a produit 197 documents destinés aux missions à l'étranger, aux activités sectorielles et au site <i>Horizons</i>, qui propose maintenant plus de 300 avis Export Alert! mis à jour, Descriptions des marchés d'exportation, brochures sectorielles, et Rapports spéciaux. Le Centre des études de marchés du Ministère a produit 296 études de marché, aperçus de marché et profils sectoriels de pays étrangers, qui ont été</p>





► **Établir de nouveaux partenariats**
Pour mieux joindre les exportateurs actuels et nouveaux, ECI poursuit sa campagne de création de partenariats, qui cible les principales associations de gens d'affaires, les chambres de commerce et les bureaux de développement économique dans toutes les régions du Canada.

► **Élargir les partenariats existants**
ECI aidera les Réseaux commerciaux régionaux à coordonner leurs activités et leur fournira un financement accru, notamment en ce qui a trait à Passports pour le marché mondial, aux activités de sensibilisation et à l'établissement des secrétariats des RCR.

► **Élargir la gamme d'outils d'ECI**

Grâce au financement assuré par l'intermédiaire de Gouvernement en direct (GED), ECI pourra continuer en 2004-2005 d'améliorer les outils en ligne qu'elle met à la disposition des exportateurs canadiens.

À l'appui de la stratégie fédérale sur les nouveaux marchés, la mise sur pied d'un nouveau portail Internet Canada-Inde aura une grande importance pour faciliter les contacts entre gens d'affaires des deux pays afin de repérer et d'exploiter des occasions d'affaires internationales. Parmi les autres outils en ligne prévus, mentionnons la création de l'*Évaluation interactif du financement des exportations* et d'un guide pour l'exportation aux États-Unis, ainsi que la mise à jour du *Plan d'exportation interactif* et l'expansion du *Carnet de route pour l'exportation*. ECI explorera des moyens de poursuivre ces améliorations avant la fin du financement provenant de GED le 31 mars 2005.

► **Trouver des moyens novateurs pour atteindre un plus grand nombre d'entreprises canadiennes**

ECI continuera de mettre l'accent sur les outils de prestation de services en ligne qui

répondent aux exigences des PME modernes. Elle poursuivra sa collaboration avec le Conseil consultatif sur les PME, qui fait valoir les intérêts des petites entreprises.

► **Continuer à promouvoir les services d'ECI dans tout le pays**
ECI s'emploiera à faire en sorte que les entreprises canadiennes connaissent mieux les produits et services offerts par ECI et ses membres. La promotion mettra encore l'accent sur les activités qui assurent un bon rendement de l'investissement, entre autres les relations avec les médias, le marketing en ligne ainsi que le marketing en collaboration avec les membres et partenaires d'ECI.

► **Continuer à améliorer les méthodes de gestion et d'administration d'ECI**

ECI continuera de mettre au point une approche globale et uniforme en ce qui a trait à l'établissement de rapports sur la mesure du rendement, y compris l'élaboration de cadres de mesure du rendement pour le portail Canada-Inde et le financement des Réseaux commerciaux régionaux. L'extranet d'ECI, *InfoPort*, demeurera un outil de base pour le partage d'information.

PLANS ET PRIORITÉS POUR 2004-2005

Pour mettre en place l'économie du XXI^e siècle, nous devons faire connaître les avantages qu'offre le Canada ainsi que la compétitivité et la qualité de nos produits et services, et faire valoir ces atouts. ECI renouvellera ses efforts pour stimuler les synergies afin d'intégrer la promotion du commerce et de l'investissement par les organisations membres, tout en fournissant les outils et les services propres à améliorer l'accès des petites entreprises aux marchés actuels et nouveaux. L'annexe explique comment ECI et les organisations membres mettent en œuvre la stratégie fédérale de développement du commerce.

Orientations stratégiques

ECI continuera d'aider des milliers d'entreprises canadiennes à réaliser leur objectif de compétitivité sur les marchés internationaux en leur facilitant la tâche, c'est-à-dire :

- en offrant un accès pratique et direct à des services à l'exportation parfaitement intégrés;
- en cernant de façon systématique les lacunes dans l'offre de services à l'exportation et en les comblant;
- en élargissant le réseau de partenaires fournisseurs de services et en renforçant les communications et les interactions entre les partenaires actuels;
- en faisant la promotion d'un programme commercial intégré au sein du gouvernement du Canada.

Mise en œuvre des initiatives d'ECI

La promotion du Canada en tant que source de produits et de services novateurs et de qualité et destination de choix pour l'investissement demeure l'une des grandes priorités du gouvernement du Canada. On misera sur les nouvelles synergies entre les

Service à la clientèle

Les membres d'ECI ont établi des liens solides avec leurs partenaires et se sont constitués une clientèle nombreuse. Équipe Canada inc poursuivra les activités amorcées pour accroître son rayonnement auprès des petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes et de partenaires éventuels.

Service à la clientèle

des des différentes régions des États-Unis.

développement du commerce dans les marchés tirer parti des innovations et des possibilités de politiques et économiques du Canada et de soit mieux à même de faire valoir les intérêts accrue afin que le gouvernement fédéral besoins de l'Initiative de représentation aussi de donner une rétroaction pour les RCR d'un océan à l'autre. ECI continuera collaboration avec leurs partenaires des continueront de travailler en étroite inc et les Centres du commerce international Commerce international Canada dans toutes les régions du pays. De plus, Équipe Canada et des Centres du commerce international à Partenaires pour l'investissement au Canada découlant de la récente intégration de pour ce qui est de maximiser les avantages lorsqu'elles peuvent être efficaces, en particulier de l'investissement et du commerce membres d'ECI au chapitre de la promotion



- Appui à plus de 246 missions commerciales d'acheteurs étrangers au Canada et de plus de 2 500 sociétés canadiennes dans des marchés étrangers clés, qui se sont traduites par des débouchés et la signature de nouveaux contrats représentant des centaines de millions de dollars.
- Appui à la participation de plus de 1 800 entreprises canadiennes à 100 foires commerciales et autres activités connexes partout au Canada et ailleurs dans le monde.

- Sous la bannière du programme **Image de marque du Canada**, d'une durée de quatre ans et d'une valeur de 12 millions de dollars, participation de centaines d'entreprises canadiennes à 39 foires commerciales importantes. Selon un sondage mené auprès des visiteurs étrangers lors de neuf de ces salons, amélioration de la perception des capacités de l'industrie canadienne.

- En vertu du programme **Routes commerciales**, octroi d'environ 2 millions de dollars à l'appui des activités d'exportation de 67 organisations du secteur des arts et de la culture et prestation de conseils à plus de 800 exportateurs de produits et de services connexes par les sept commissaires au commerce culturel, dont les bureaux sont regroupés avec ceux des Centres du commerce international dans toutes les régions du Canada.
- Prestation de services de financement des exportations et de gestion du risque d'une valeur dépassant 51 milliards de dollars à plus de 7 000 entreprises canadiennes qui ont réalisé des ventes ou des investissements à l'étranger en 2003.

- Dans le cadre du nouveau **Cadre stratégique pour l'agriculture** lancé l'an dernier, appui de la participation de plus de 130 entreprises canadiennes à des foires commerciales internationales importantes, qui s'est traduite par des ventes sur place dépassant 12 millions de dollars et l'établissement de contacts avec plus de 1 000 clients éventuels. Sous l'égide de ce programme, octroi de plus de 26 millions de dollars à 98 associations industrielles nationales et à 38 entreprises clientes pour le développement de marchés internationaux pour les produits agroalimentaires, les boissons et les produits de la mer.

QUELQUES RÉALISATIONS DE 2003-2004

Les membres et partenaires d'ECL ont à leur actif de nombreuses réalisations :

- Plus de 326 000 visites dans le site **ExportSource.ca**, soit une augmentation de 12 p. 100 par rapport à l'an dernier et de plus de 80 p. 100 par rapport à 2000-2001. Restructuration, expansion et amélioration du contenu du site Web pour perfectionner les fonctions de recherche à la disposition des utilisateurs. Réception de 13 403 appels à la ligne sans frais du **Service d'information sur l'exportation**.

- Adhésion de plus de 25 chambres de commerce canadiennes au réseau d'ECL, qui comptait déjà 117 partenaires assurant la prestation de services, 350 partenaires des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC), 140 ambassades et missions à l'étranger, 12 Centres du commerce international (CCI), 12 Réseaux commerciaux régionaux (RCR), 13 Équipes sectorielles commerciales Canada et une quarantaine d'organismes offrant les ateliers *Destination : marchés internationaux*.

- Participation de plus de 13 950 clients à environ 600 activités axées sur l'exportation et l'investissement.

- Publication de 296 études et aperçus de marché et profils sectoriels de pays envoyés aux abonnés par l'intermédiaire d'**InfoExport**, et du **Délégué commercial virtuel**, ou distribués dans le cadre de foires commerciales et d'autres activités. Téléchargement de 288 872 documents, soit une hausse de 23 p. 100 par rapport à l'exercice précédent.


- Traitement de 56 371 transactions avec des clients dans les missions à l'étranger, dont 20 693 aperçus du potentiel de marché et rapports sur les entreprises locales, 11 108 recherches de contacts clés, 10 245 rencontres personnelles et 2 161 interventions de dépannage. Au total, distribution de rapports de renseignements commerciaux à 8 351 entreprises canadiennes et appui fourni à 3 813 entreprises lors de visites dans un marché étranger.

- Par l'intermédiaire de **SourceCan**, envoi de plus de 400 000 avis signalant des occasions d'affaires à plus de 51 000 entreprises canadiennes, donnant lieu à une montée en flèche de nouveaux contrats de vente, lesquels sont passés de 80 millions de dollars pendant l'exercice précédent à plus de 400 millions en 2003-2004.



à terme l'examen de plusieurs programmes clés de promotion ou de développement du commerce, dont le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) et Image de marque du Canada, ainsi que le développement d'outils qui permettront de personnaliser encore davantage les renseignements et services s'adressant aux entreprises clientes, par exemple le système de gestion électronique des relations avec la clientèle.

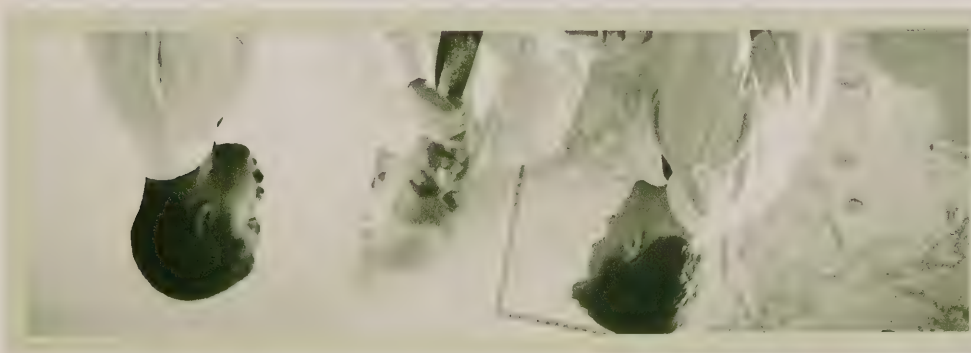
Depuis sa création en 1997, ECCI a montré les avantages concrets liés à l'établissement de partenariats solides entre les ministères, organismes et autres organisations gouvernementales à vocation commerciale à l'échelle du Canada. Par suite de l'engagement du gouvernement à mettre en place l'économie du XXI^e siècle, elle a commencé à s'efforcer d'intégrer la promotion du commerce et de l'investissement au sein de l'administration fédérale. La création du ministère renforcé du Commerce international du Canada (CICan) pour

Le président du Comité de gestion d'ECCI,

Philip Stone

assurer un leadership centralisé aux fins de cette intégration a ouvert une nouvelle voie permettant à ECCI d'explorer les nouvelles synergies entre ses membres au chapitre de la promotion du commerce et de l'investissement lorsqu'elles peuvent se révéler efficaces. Dans cette optique, on prévoit de regrouper les bureaux de la Direction d'Équipe Canada inc et de Commerce international Canada au cours des prochains mois.

Alors que le Comité de gestion d'ECCI continue d'examiner comment ECCI pourra appuyer au mieux la compétitivité des entreprises canadiennes avec les ressources dont elle dispose au cours des prochains exercices, nous demeurerons fermement engagés dans la démarche d'Équipe Canada inc.

MESSAGE DU COMITÉ DE GESTION D'ECCI



et de services de qualité axés sur le développement et la promotion du commerce pour renforcer la capacité et l'état de préparation des entreprises canadiennes en matière d'exportation et stimuler le développement des marchés étrangers. Tirant parti de son expérience et de ses compétences très vastes, le Comité de gestion d'ECCI a par ailleurs donné une rétroaction importante pour l'**Initiative de représentation accrue**, destinée à gérer la promotion des intérêts canadiens en matière de développement du commerce dans l'ensemble des États-Unis.

ECCI regroupe actuellement 16 ministères et organismes fédéraux. En 2004-2005, elle s'attachera à consolider ses services et l'appui aux partenariats pour composer avec la baisse de financement attribuable à la diminution du nombre de membres. Certains anciens membres ont fait savoir qu'ils se retireraient d'ECCI en raison de besoins en ressources concurrents et d'un changement dans leur mandat ou leurs programmes. Les membres d'ECCI mèneront

Le Comité de gestion d'ECCI a le plaisir de présenter au Comité des sous-ministres chargé du développement du commerce international le *Rapport annuel 2003-2004 d'Équipe Canada inc.*

Qu'il s'agisse d'aider les petites entreprises à conquérir les marchés internationaux, de fournir aux entreprises prêtes à exporter des renseignements commerciaux opportuns, des services de promotion ou une aide financière ou de leur signaler des débouchés, ECCI continue d'appuyer les ambitions d'exportation des entreprises de toutes les régions du pays et tous les secteurs de l'économie, en mettant à leur disposition un guichet unique pour les services gouvernementaux de développement du commerce international. Les principaux outils d'ECCI, soit le service en ligne **ExportSource.ca** et la ligne sans frais du **Service d'information sur l'exportation**, ont fourni de l'information et des services à plus de 340 000 clients 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Les membres d'ECCI ont mis en œuvre une gamme intégrée de programmes

TABLE DES MATIÈRES

Message du Comité de gestion d'ECL	2
Quelques réalisations de 2003-2004	4
Plans et priorités pour 2004-2005	6
Annexe : Bilan détaillé de l'exercice et plans d'avenir	8

Le Rapport annuel d'Équipe Canada inc pour l'exercice terminé le 31 mars 2004 est publié conformément au Cadre de gouvernance d'ECL. À moins d'indication contraire, toutes les données qu'il renferme se rapportent à l'exercice 2003-2004.

© Ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada 2004

ISBN : 0-662-68490-7

N° de catalogue : Ju1-7/2004

Imprimé au Canada



"Rapport Éco-Logos" Éco-Logos "Rapport"

13 ÉQUIPES SECTORIELLES COMMERCIALES CANADA

Les Équipes sectorielles commerciales Canada assurent la collaboration du gouvernement et de l'industrie en vue de coordonner la planification et les activités liées à la promotion du commerce dans 13 industries clés, soit l'aérospatiale et la défense; l'agriculture, les aliments et les boissons; l'automobile; les bio-industries; les matériaux de construction; les produits et services culturels; le matériel et les services d'énergie électrique; le matériel et les services d'exploitation du pétrole et du gaz; les industries environnementales; les industries de la santé; les technologies de l'information et des télécommunications; les plastiques; les services. En plus d'ouvrir des portes aux entreprises canadiennes, ces équipes font valoir leurs capacités à l'étranger, leur permettent d'établir des contacts dans le cadre de missions commerciales, de foires commerciales et d'activités de jumelage et leur fournissent de l'information sur les marchés cibles et les occasions d'affaires.

ADMINISTRATIONS PROVINCIALES, TERRITORIALES ET MUNICIPALES

Chaque palier de l'administration publique offre une aide précieuse aux entreprises sous forme de programmes et de services à l'exportation qui sont mis à leur disposition par les bureaux locaux des ministères et des organismes et les offices d'expansion économique.

ASSOCIATIONS, ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT ET SECTEUR PRIVÉ

Les associations, les établissements d'enseignement et les entreprises jouent également un rôle primordial dans les efforts de développement des exportations du Canada. Des organisations communautaires rurales, des groupes de développement économique et des associations commerciales et industrielles offrent des conseils à l'exportation aux entreprises d'une localité ou d'un secteur donné. Les organismes à vocation éducative tels que le Forum pour la formation en commerce international (FITT) proposent régulièrement des activités de formation en commerce international, notamment les ateliers *Destination : marchés internationaux*. Au sein du secteur privé, une multitude d'entreprises offrent aussi des services à l'exportation, notamment services bancaires, expédition, études de marché ou assistance juridique.

NOS SERVICES

Les membres et partenaires d'ECI offrent un large éventail de services personnalisés pour aider les entreprises canadiennes à se préparer à exporter et à maximiser leur succès sur les marchés internationaux.

LE CONTINUUM DES SERVICES À L'EXPORTATION

Renseignements généraux	Service d'information sur l'exportation 1 888 811-1119 Info en direct sur l'exportation ExportSource.ca	Guides de préparation à l'exportation Formation sur les compétences nécessaires à l'exportation Préparation concernant les États-Unis Préparation à d'autres marchés	Évaluation de l'état de préparation à l'exportation Elaboration d'un plan d'exportation Mise en œuvre d'un plan d'exportation	Information et renseignements sur les marchés et les secteurs Missions, foires et autres événements liés au commerce Conseils et orientation sur les marchés et les secteurs Financement du développement des marchés	Financement des exportations Évaluation des besoins et consultation Fonds de roulement Réduction des risques à l'étranger Financement à moyen et à long terme de l'acheteur étranger	Aide sur le terrain Aperçu du potentiel de marché Recherche de contacts clés Renseignements sur les visites Rencontre personnelle Information sur les entreprises locales Dépannage
-------------------------	--	---	---	--	--	---

NOS MEMBRES

ECI réunit des ministères et organismes fédéraux qui aident les entreprises canadiennes à conquérir les marchés mondiaux :

Affaires indiennes et du Nord Canada; Agence canadienne de développement international; Agence de promotion économique du Canada atlantique; Agence des douanes et du revenu du Canada; Agriculture et Agroalimentaire Canada; Banque de développement du Canada; Commerce international Canada; Conseil national de recherches du Canada; Corporation commerciale canadienne; Développement économique Canada pour les régions du Québec; Diversification de l'économie de l'Ouest; Environnement Canada; Exportation et développement Canada; Industrie Canada; Patrimoine canadien; Pêches et Océans Canada; Ressources naturelles Canada; Société canadienne d'hypothèques et de logement; Statistique Canada.

NOTRE RÉSEAU

Les membres et partenaires d'ECI offrent des services commerciaux aux entreprises canadiennes aux quatre coins du pays grâce à un important réseau en plein essor qui comprend :

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA (SDC)

Sous l'égide de Commerce international Canada, le Service des délégués commerciaux regroupe plus de 800 délégués commerciaux qui travaillent dans les ambassades, les hauts-commissariats et les consulats du Canada situés dans plus de 140 villes réparties dans le monde entier et 100 délégués commerciaux en poste dans les 12 bureaux régionaux au pays. Ce réseau collabore avec les entreprises canadiennes qui peuvent montrer qu'elles sont déterminées à réussir sur le marché mondial. Les bureaux du SDC au Canada offrent des services d'aide à l'exportation, des renseignements commerciaux ainsi que des conseils sur les possibilités de financement et les relations d'affaires pour aider les entreprises qui se préparent à exporter leurs produits ou services. Ses bureaux à l'étranger aident les entreprises canadiennes à faire des affaires dans les marchés étrangers, par exemple, pour ce qui est d'évaluer leur potentiel d'exportation et d'identifier les contacts clés à l'étranger, et ils leur donnent des conseils et des renseignements commerciaux.

12 RÉSEAUX COMMERCIAUX RÉGIONAUX (RCR)

Le gouvernement fédéral, les provinces et les territoires, les administrations régionales et les associations sectorielles collaborent au sein des RCR pour aider les petites entreprises canadiennes qui sont en mesure de tirer parti des services à l'exportation offerts par ECI.

13 CENTRES DE SERVICES AUX ENTREPRISES DU CANADA (CSEC)

Dans chaque province et territoire, les CSEC travaillent en collaboration avec plus de 300 partenaires régionaux pour assurer l'accès à la ligne sans frais du Service d'information sur l'exportation d'ECI et fournir tout un éventail de renseignements sur les services, les programmes et la réglementation en matière commerciale. Le personnel des Centres répond aux questions concernant la mise sur pied d'une entreprise ou la croissance d'une société existante. Ces services sont accessibles par téléphone, télécopieur, courrier, courrier électronique ou Internet. La plupart des bureaux assurent également un service au guichet.

ÉQUIPE CANADA INC

Des services d'exportation à votre portée

NOTRE VISION

Aider les entreprises canadiennes à réussir sur les marchés mondiaux en leur offrant de l'information et des services à l'exportation complets, parfaitement intégrés et de qualité.

NOTRE RÔLE

Équipe Canada inc (ECI) est un réseau de ministères et d'organismes fédéraux, qui travaillent en collaboration avec les provinces, les territoires et d'autres partenaires pour aider les entreprises canadiennes à conquérir les marchés internationaux.

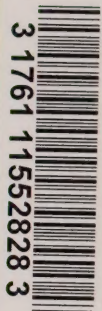
NOTRE APPUI AUX ENTREPRISES CANADIENNES

ECI met à la disposition des entreprises un guichet unique leur donnant accès à des services d'information et de consultation, à des renseignements commerciaux, à une aide financière et à un appui sur le terrain offerts par le gouvernement fédéral, les provinces et les territoires, ainsi que le secteur privé. Par cette démarche inédite, les pouvoirs publics et leurs partenaires conjuguent leurs efforts pour assurer aux entreprises susceptibles d'en tirer le meilleur parti des services efficaces et rapides répondant à leurs besoins.

1 888 811-1119

exportsource.ca





Equipe Canada inc • Team Canada Inc

Canada

ÉQUIPE CANADA INC • RAPPORT ANNUEL 2004

